

Katri Pukara

**Seinäjoen kesätapahtumien 2013 tapahtumaruokailupal-  
velujen nykytila-analyysi**

Opinnäytetyö

Kevät 2014

SeAMK Elintarvike ja maatalous

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Elintarvike ja maatalous

Koulutusohjelma: Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tekijä: Katri Pukara

Työn nimi: Seinäjoen kesätapahtumien 2013 tapahtumaruokailupalvelujen nykytila-analyysi

Ohjaaja: Tuija Pitkäkoski

Vuosi: 2014

Sivumäärä: 79

Liitteiden lukumäärä: 1

---

Aiemmin tehdyn asiakastyytyväisyystutkimuksen perusteella ihmiset eivät ole olleet tyytyväisiä Seinäjoen tapahtumien ruokailupalveluihin. Eteläpohjalainen ruokaosaaminen ei myöskään ole ollut tarpeeksi esillä. Tässä työssä tarkastellaan vuoden 2013 Seinäjoella järjestettyjen tapahtumien ruokailupalveluja. Tutkittavia tapahtumia olivat Provinssi, Farmari, Tangomarkkinat sekä Vauhtiajot.

Tällä tutkimuksella haluttiin selvittää ruokailupalveluiden nykytilannetta, jotta voitaisiin edistää tapahtumien eteläpohjalaista ruokakulttuuria sekä sen esiintuomista. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä ja minkälaisia ruokailupalveluja eri tapahtumissa oli tarjolla sekä minkälaiset yritykset niitä järjestävät. Ruokapalvelujen tuottajien näkemykset palvelujen organisoinnista sekä asiakkaiden mielipiteet ruokapalvelujen suhteen haluttiin myös selville. Tavoitteena oli myös tuoda ilmi mahdollisia tapahtumakohtaisia kehittämis ehdotuksia

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena. Aineiston keräämisessä käytettiin pääasiallisesti henkilökohtaista havainnointia, jossa silminnähdykset havainnot kirjattiin lomakkeille sekä kameran muistikortille tapahtuman aikana. Jälkeenpäin ruokapalveluiden tuottajiin otettiin yhteyttä sähköpostikyselyn muodossa selvittäen joitain taustatietoja, sekä mielipiteitä tapahtumaruokailun järjestämisestä.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että Seinäjoella järjestettävien tapahtumien ruokapalvelut ovat pääsääntöisesti monipuolistuneet. Tapahtumien koko ja kohderyhmä vaikuttavat ruokapalveluiden laajuuteen ja tuotevalikoimaan. Farmarissa restonomien teettämään asiakastyytyväisyyskyselyyn osallistui 126 henkilöä, joiden vastauksista selvisi asiakkaiden suhtautumisen tarjolla olleisiin ruokapalveluihin olevan pääasiassa positiivista. Kuitenkin miehet kaipaivat enemmän perinneruokia, kun taas naiset olisivat toivoneet jotain kevyempiä ruokavaihtoehtoja. Muissa tapahtumissa asiakastyytyväisyyskyselyä suoritettiin pienimuotoisena haastatteluna. Ruokapalvelujen järjestäjien mukaan festivaaliolosuhteet ovat haastavat, mutta kuitenkin tapahtumiin osallistumista pidetään mukavana, ja se tuo vaihtelua arkeen.

Avainsanat: Asiakastyytyväisyys, festivaali, Seinäjoki, tapahtumaruokailu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: SeAMK, School of Food and Agriculture

Degree programme: Degree Programme of Hospitality Management

Author/s: Katri Pukara

Title of thesis: The present state analysis of the summer event catering in Seinäjoki in 2013

Supervisor(s): Tuija Pitkääkoski

Year: 2014      Number of pages: 79      Number of appendices: 1

---

Based on the earlier customer satisfaction research, people have not been satisfied with the event catering in Seinäjoki, neither has the South Ostrobothnian food knowhow been enough on display. In this research, the food services of different summer events in Seinäjoki were studied in 2013. Events included were Provinssi, Farmari, Tangomarkkinat and Vauhtiajot.

The purpose of the study was to find out the current situation of the food services in order to promote the South Ostrobothnian food culture at different events. The aim of the study was to study the existing food services and the companies behind them. It was important to study both the food service producers' and customers' opinions about the food service arrangements. One aim was also to reveal some development proposals for each event.

The research was quantitative. The material was collected by personal observing and by recording the observations on forms and memory cards. Afterwards the food service producers were contacted by an e-mail survey to clear up some background information and opinions concerning the event catering arrangements.

The results showed that the food services have mainly become more diversified in Seinäjoki. The volume and selection of the food products were depending on the size and the target group of the events. The customer satisfaction research, made by the hospitality management students at Farmari covering 126 visitors, revealed that most of the visitors were satisfied with the food services. The male visitors, however, were looking for more traditional food while the female visitors were hoping some lighter alternatives. At the other events, the research was done by small-scale interviews. According to the food service producers, the festival conditions are challenging but participating in the events is considered pleasant and varied.

Keywords: Customer satisfaction, festival, Seinäjoki, event catering

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
1 JOHDANTO .....	7
1.1 Tutkimusongelma.....	8
1.2 Tutkimuksen tavoitteet .....	8
2 TAPAHTUMIEN JÄRJESTÄMINEN ETELÄ-POHJANMAALLA.....	10
2.1 Tapahtumien organisointi.....	11
2.2 Tapahtumien merkitys Etelä-Pohjanmaalla.....	15
2.3 Etelä- Pohjalainen kulttuuri .....	16
3 TAPAHTUMIEN RUOKAPALVELUTOIMINTA.....	19
3.1 Tapahtumien ruokapalvelusuunnittelu.....	19
3.2 Ruokapalvelutoiminnan tavoitteet .....	22
3.3 Ruokapalvelun käyttöön vaikuttavat tekijät .....	24
3.4 Ruokapalvelujen lainsäädäntö .....	26
3.5 Ruoan merkitys tapahtumissa.....	27
4 SEINÄJOEN KESÄTAPAHTUMIEN 2013 TAPAHTUMARUOKAILUPALVELUT- TULOSTEN ANALYSOINTI .....	29
4.1 Tutkimusmenetelmien kuvaus.....	29
4.2 Provinssirock.....	30
4.2.1 Tasokkaammat ruokapaikat.....	31
4.2.2 Muut ruokapalvelut.....	36
4.2.3 Asiakkaiden mielipiteet.....	38
4.2.4 Kehitysehdotukset.....	39
4.3 Farmari.....	40
4.3.1 Tasokkaammat ruokapaikat.....	41
4.3.2 Muut ruokapalvelut.....	45

4.3.3 Asiakkaiden mielipiteet.....	51
4.3.4 Kehitysehdotukset.....	54
4.4 Tangomarkkinat .....	55
4.4.1 Tasokkaammat ruokapaikat .....	56
4.4.2 Muut ruokapalvelut.....	58
4.4.3 Asiakkaiden mielipiteet.....	59
4.4.4 Kehitysehdotukset.....	60
4.5 Vauhtiajot - Race & Rock .....	61
4.5.1 Ruokapalvelut .....	62
4.5.2 Asiakkaiden mielipiteet.....	63
4.5.3 Kehitysehdotukset.....	63
4.6 Ruokapalveluvastaavien mielipiteitä tapahtumaruokailusta .....	64
4.7 Yhteenveto ruokapalveluista .....	65
5 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	73
6 POHDINTA .....	77
LÄHTEET .....	78
LIITTEET .....	81

## Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Farmari Yhtä vaihtoehtoa syöneiden ruoat Ruokaprovinsseudulla.....	52
Kuvio 2. Farmari Ruokailumahdollisuudet joita kävijät toivovat Ruokaprovinsseudulle.....	53
Kuvio 3. Farmari Ruokailutapoja koskevat toiveet.....	53
Kuva 1-2. Provinssirock Juurella- Ravintola.....	32
Kuva 3-4. Provinssirock Paviljonki- Ravintola.....	34
Kuva 5-6. Provinssirock Kropsula ja kahvila- ja Paninivaunu.....	38
Kuva 7. Provinssirock Grillipisteet.....	39
Kuva 8. Farmari Pääravintola.....	43
Kuva 9. Farmari Konekeitaan Soppala.....	46
Kuva 10–11. Farmari Pottula-Grilli ja Rantalan-Liha.....	47
Kuva 12–13. Farmari Muikkukoju ja sekalainen grillikoju.....	48
Kuva 14–15. Farmari Ekoviljeliöiden Luomupurilaiset ja Pottupuoti.....	49
Kuva 16. Farmari Churro- Sweet & Salty.....	49
Kuva 17- 18. Farmari Maa- ja Kotitalousnaisten kahvi- ja grillikoju.....	50
Kuva 19–20. Farmari Kaana Lines- kahvio ja Ilmajoen Makkaramestarit.....	51
Kuva 21. Farmari Pauligin kahvikoju.....	51
Kuva 22–23. Farmari Valkoinen Puu.....	52
Kuva 24–25. Tangomarkkinat Priima- Ravintola.....	58
Kuva 26–28. Tangomarkkinat Atrian grilli, Lättykahvio ja Segafredo-kahvipiste...60	
Kuva 29. Vauhtiajot Race & Rock.....	63
Taulukko 1. Juurella- ravintola.....	33
Taulukko 2. Paviljonki- ravintola.....	36
Taulukko 3. Farmari- ravintola.....	42
Taulukko 4. Farmari Elinkeinotalon Trahteeri.....	43
Taulukko 5. Farmari Lukion talkooravintola.....	44
Taulukko 6. Farmari Fazer Amica.....	44
Taulukko 7. Farmari konekeitaan Soppala.....	45
Taulukko 8. Tangomarkkinat Priima-ravintola .....	57
Taulukko 9. Tangomarkkinat Fazer Amica.....	58

## 1 JOHDANTO

Elämämme koostuu pienistä asioista ja hetkistä. Useimmiten parhaat asiat ovat syntyneet hyvän ruoan ja juoman yhteydessä. Ruoka myös liitetään erilaisiin juhlapyhiin ja tapahtumiin. Ruokailu saattaa olla myös päivän ainut hetki, jolloin on mahdollisuus vaihtaa päivän kuulumiset, joko perheen tai työkaverien kanssa. Ruoka aiheuttaa myös paljon keskustelua. Jotkut kannattavat luomua, toiset suosivat isoja suomalaisia tuottajia kuten Valioa ja Atriaa, ja toisille se on samantekevää ovatko tuotteet kotimaasta vai eivät. Joillekin ruoka on vain polttoaine, eikä sitä sen kummemmin mietitä, toisille se taas on myös intohimo, harrastus ja loputon mielenkiinnonkohde, josta tietoa ei voi saada koskaan liikaa. Mediakin pyörii aiheen ympärillä enenevässä määrin.

Viime vuosina ruokakulttuuri on ollut kasvavan kiinnostuksen kohteena. Lisääntynyt matkustelu, Ravintolapäivätapahtumat sekä Pop up – ravintolat, ovat tuoneet osaltaan uusia kulinaristisia kokemuksia ja elämyksiä ihmisille. Tämän vuoksi ruokailupalvelujen yrittäjien on uudistettava ja kehitettävä konseptiaan, jotta se palvelisi mahdollisimman hyvin asiakkaiden odotuksia, ja tuottaisi mahdollisesti uusia elämyksiä.

Tutkimustyö suoritettiin käyttäen määrällistä, eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jolloin tutkimusmateriaalin kerääminen tapahtui pääasiassa havaintojen perusteella. Lisäksi ruokapalvelujen järjestäjiin oltiin yhteydessä sähköpostihaastattelun kautta, jonka avulla selvisi sellaisia asioita, joita ei pystynyt havainnoimaan. Havaintojen avulla suoritettiin yleisiä päätelmiä tapahtumaruokailun nykytilanteesta Seinäjoen kesätapahtumissa 2013.

Ruoka ei ole suurilla musiikkifestivaaleilla pääosassa, mutta se on välttämätön, ja antaa tapahtumalle lisä-arvoa. Tämä edesauttaa myös ihmisten viihtymistä alueella. Kokonaisvaltaisen elämyksen luominen, on vaatinut niin ruoka- kuin muidenkin tapahtumapalveluiden merkityksen kasvattamista. Tämä tutkimustyö käsittelee Seinäjoen tapahtumaruokailupalveluja kesällä 2013. Tapahtumat joita tutkimuksessa oli mukana, olivat Provinssirock, Farmari, Tangomarkkinat ja Vauhtiajot. Yleisesti festivaaleja ja erilaisia tapahtumia on tutkittu jonkin verran, mutta ruoka-

palveluiden osalta tiedot ovat hyvin vähäisiä. Valitsinkin tämän aiheen siksi, että Restonomina minua kiinnostaa erilaiset ruokapalvelumuodot, ja tässä oli hyvä tilaisuus päästä tutkimaan niitä festariolosuhteiden puitteissa. Työllä pyrin selvittämään tapahtumaruokailun nykytilannetta Seinäjoella, ja etsimään kehittämiskohteita omien näkemyksieni pohjalta. Ruoasta on kasvanut nouseva trendi, joten oli mielenkiintoista nähdä miten ja minkälaisilla tuotteilla ruokapalvelujen järjestäjät ovat tuoneet itseään esille, ja miten he kokevat ruoan valmistuksen normaaliolosuhteista poikkeavissa ympäristöissä.

### **1.1 Tutkimusongelma**

Tutkimusongelma sai alkunsa hankkeesta, jonka avulla laadittaisiin liiketalouden kannattavuutta edistävä tapahtumaruokailukonsepti, sillä aiemmin tehdyn asiakas-tyytyväisyystutkimuksen perusteella eteläpohjalainen ruokaosaaminen ei näy Seinäjoen tapahtumissa, eikä tapahtumien ruokapalveluihin olla tyytyväisiä. Yrittäjien kynnys tapahtumaruokailukonseptin kehittämiseen on melko korkea, sillä tapahtumaruokailukonseptin liiketaloudellista kannattavuutta on vaikea arvioida. Tutkimuksella haluttaisiin edistää tapahtumien eteläpohjalaista ruokakulttuuria ja sen esiintuomista, kannattavien tapahtumaruokailukonseptien järjestämiseen.

Tämä työ on enemmänkin ruokailupalvelujen havainnointiin ja tapahtumaruokailupalveluja järjestävien yritysten haastatteluun pohjautuva osa, varsinaisen hankkeen kokonaisuudesta. Työssä tarkastellaan Seinäjoen kesätapahtumien 2013, tapahtumaruokailupalvelujen nykytilaa.

### **1.2 Tutkimuksen tavoitteet**

Tavoitteena oli selvittää mitä ja minkälaisia ruokailupalveluja eri tapahtumissa on tarjolla, sekä minkälaiset yritykset niitä järjestävät. Pääpainon saivat erityisesti tasokkaimmat lämpimän ruoan tarjoajat, mutta pieni otos tehtiin pienemmistäkin ruokapaikoista, kuten grilleistä ja kahviloista.



Työllä pyrittiin saamaan vastauksia myös siihen, miten ruokapalvelujen tuottajat näkevät palvelujen organisoinnin; Mitkä asiat ovat hyvin ja missä on vielä parannettavaa tai löytyy ongelmakohtia. Sekä mistä ja minkälaisesta toiminnasta tapahtumaruokailun kannattavuus on riippuvainen. Myös asiakkaiden mielipiteistä ruokapalvelujen suhteen oltiin kiinnostuneita. Tavoitteena oli myös tuoda ilmi mahdollisia tapahtumakohtaisia kehittämissuhteita

## 2 TAPAHTUMIEN JÄRJESTÄMINEN ETELÄ-POHJANMAALLA

Tapahtumiin osallistuvilla henkilöillä on odotukset yleisesti ottaen hyvin korkealla, halutaan kokea elämyksiä! Joukkoviestintävälineet ovat luoneet ihmisille tapahtumista tietynlaisia malleja, joiden perusteella tapahtumakävijöillä on tarve saada kokea mullistavia elämyksiä. Kilpailun myötä tyytyväisyyden rima on aina vain korkeammalla. Tämän vuoksi tapahtumanjärjestäjien on ylitettävä itsensä vuosi vuodelta. Asiakkaiden kokemuksia ja käsityksiä tapahtumasta, ei voi enää jälkikäteen korjata, puskaradio toimii, niin hyvässä, kuin pahassakin. (Antikainen & Sutinen 1996, 8.)

Ihmiset saapuvat festivaaleille ja erilaisiin tapahtumiin pääsääntöisesti neljästä syystä. Näitä ovat 1. Tapahtuman sisältö, 2. henkilökohtainen suoritus esim. urheilukilpailu, 3. halutaan samaistua tapahtuman imagoon, esim. rockfestivaalit, ja 4. sosiaalisen kanssakäymisen vuoksi. (Tapahtumajärjestäjän työkirja Antikainen & Sutinen 1996 1,7 1). Yleisesti paikallisjuhlia luokitellaan yhdeksään kategoriaan, joita ovat; Kotiseutujuhlat, markkinat, musiikkijuhlat, teatteritapahtumat, vuodenaikaan liittyvät tapahtumat, kuvataiteen tapahtumat, yhteiskunnallisesti sävyttyneet tilaisuudet, uskonnolliset ja kirkolliset juhlat ja muut tapahtumat. (Juurakko, Kauhanen & Kauhanen 2002, 18).

Etelä-Pohjanmaan kulttuuritapahtumilla on keskeinen rooli. Ne tarjoavat esimerkiksi kulttuurilaitoksille, harrastaja- ja taiteilijaryhmille loistavan tilaisuuden kulttuuritöidensä esiintuomiselle. Lisäksi ne yhdistävät ja kokoavat ihmisiä sekä tekevät eteläpohjalaisuutta tunnetuksi kyseisillä osa-alueillaan. Varsinkin kesäisin tapahtumatarjonta on hyvin vilkasta. Tarjonnasta löytyy vaihtelevuutta aina kylätapahtumista valtakunnallisiin tapahtumiin saakka. Maakunnan tapahtumat keskittyvät musiikkitapahtumiin, perinne- ja kotiseututapahtumiin ja teatteritapahtumiin. Musiikkitapahtumia on paljon aina valtakunnallisesti tunnetuista tapahtumista pienempiin paikallisiin tapahtumiin. Seinäjoen kaupunginteatteri on myös yksi maakunnan tärkein ja ainoa kulttuurilaitos. Lähes jokaisen tapahtuman perustana on ahkera talkootyö. (Kainulainen 1999, 33, 34, 37.)

Finland Festival- ketjuun kuuluu maakunnasta neljä tapahtumaa, joita ovat Tan-

gomarkkinat, Provinssirock, Ilmajoen musiikkijuhlat, sekä Eteläpohjalaiset spelit. Nämä maakunnan kärkitapahtumat, ovat vakiinnuttaneet asemansa ja kehittyneet selkeästi vetovoimaisiksi ja omaleimaisiksi tapahtumiksi. (Kainulainen 1999, 29.)

Kesällä 2013, Seinäjoella järjestettiin Seinäkuun Yö, Provinssirock, Farmari, Tangomarkkinat, Vauhtiajot sekä uusi tulokas, Solar Sound- festival. Näiden lisäksi järjestettiin myös muita pienempiä tapahtumia.

## 2.1 Tapahtumien organisointi

Tapahtumia järjestetään Suomessa vuosittain valtavia määriä. Ne edustavat aatteita ja asioita joita suomalaiset haluavat edistää. Tapahtumien yleisyydestä, niin pienien, kuin isojenkin, kieli osoitus kansalaisaktiivisuudesta. Järjestettävän tapahtuman koosta huolimatta, suunnittelu ja toteutus on aina monimutkainen prosessi. Tapahtumanjärjestäjien tulee tehdä ennen tapahtumaa monenlaisia sopimuksia ja päätöksiä erilaisten yhteistyökumppaneiden, sekä viranomaisten kanssa. Suurin osa tapahtumiin vaaditusta työstä tehdään talkootyönä, mutta kuitenkin osa tehtävistä töistä on aikaa vieviä, jolloin talkootyö ei onnistu. Tällöin tapahtumanjärjestäjä voi ostaa palveluja ulkopuolisilta, joko toimeksiantona tai työsuorituksena. (Antikainen & Sutinen 1996, 1.)

Järjestettävällä tapahtumalla tulee aina olla hyvin mietitty liikeidea. Vaikka tapahtuma olisikin tuttu, ja toistunut jo monesti, on liikeidea silti tarkasteltava uudelleen. Liikeidean avulla voidaan selvittää ulkopuolisille toimijoille tapahtuman tarkoitusta, tavoitteita ja pääsisältöä. Liikeidean ydin vastaa kysymyksiin: Mitä, kenelle ja miten? Erityisesti liikeidean merkitys kasvaa silloin, kun ulkopuoliset arvioivat tapahtuman onnistumismahdollisuuksia. Tällaisia tilanteita saattaa syntyä silloin, kun tapahtumaan varten hankitaan sponsoritukea tai ulkopuolista rahoitusta. (Antikainen & Sutinen 1996, 3-4.)

Onnistuneen ohjelmiston lisäksi myös sopivien yhteistyökumppanien löytäminen on yksi tapahtumien järjestämisen keskeinen edellytys. Yritysten sponsorituet sekä kunnan tai kaupungin avustukset ovat kulttuuritapahtumien tärkeimpiä rahoitusmuotoja. Tulevaisuudessa uskotaan tapahtumanjärjestäjien ja elinkeinojohtajien

tekevän enemmän yhteistyötä, joiden myötä myös markkinointikanavat lisääntyisivät. Tapahtumia halutaan kuitenkin toteuttaa niin, että ne tukevat paikallisen elinkeinoelämän toiminta edellytyksiä. Laadukkaita tapahtumia on lähes mahdoton järjestää ilman hyviä yritys yhteistyökumppaneita. (Kainulainen 2004, 137,138.)

Kaikkien tapahtumien taustalla on aina jokin syy, miksi tapahtuma järjestetään, ja mikä on sen tavoite. Tämän jälkeen on mietittävä tuotteet, asiakkaat, paikka ja ajankohta. Viikon tai päivän mittainen tapahtuma, on saattanut vaatia usean vuoden valmistelutyön. Kaikkien yleisötapahtumien järjestämiseen liittyy samat peruskysymykset: Miksi tapahtuma järjestetään, mitä yleisölle tarjotaan, miten yleisö saadaan tulemaan paikalle ja viihtymään, keitä yleisöksi halutaan ja miten tapahtuma saadaan onnistumaan säännöllisesti ja taloudellisesti. Myös itse tapahtuman luomiseen liittyy omia vaiheita ja huomioon otettavia asioita, kuten; tavoitteet, elinkaari (alku ja loppu), itsenäinen kokonaisuus (vastuu keskitetty), ryhmätyöskentely, vaiheistus, ainutkertaisuus, muutos, seurannaisperiaate, yhtenäisyys ja epäyhtenäisyys, yhteistyökumppanit, sekä riskit ja epävarmuus. (Juurakko ym. 2002,12, 23- 25, 36.)

Kaikilla järjestettävillä projekteilla, tulee olla selkeä keskeinen henkilö tai ryhmä, jotka päättävät tapahtuman liittyvistä asioista. Kyseessä voi olla vapaa-ajanlautakunta, kulttuuritoimen johtaja tai vaikkapa yhdistyksen hallitus. Yleensä yksi henkilö vastaa koko projektista, ja henkilöstä päättää edellä mainitut mahdolliset tahot. Nimike voi olla projektipäällikkö, projektityöntekijä tai projektikoordinaattori, riippuen toteutettavan projektin suuruudesta. Projektipäällikön valinnut taho, vastaa projektin rahoituksesta, tai hankkii edellytykset rahoitukselle. Tahon vastuulla on valita johtoryhmä, päättää projektin aloituksesta ja päättymisestä, pitää huoli resursseista, sekä ratkoa erimielisyyksiä projektiorganisaation sisällä. (Juurakko ym. 2002, 31.)

Yleisötapahtuman järjestämispaikalla on keskeinen merkitys tapahtuman onnistumisen kannalta. Paikan valitsemiseen vaikuttavat; sijainti (imago), tilat (sisä/ulko/mukavuus) tavoitettavuus (liikenneyhteydet, pysäköinti), majoituspalvelut, paikan vuokra tai muut kustannukset, oheispalvelut (ravintolapalvelut). (Juurakko ym. 2002, 38.) Kaikkien näiden keskinäinen toimivuus, vaikuttaa siihen, kenelle tapahtuma on suunnattu. Tapahtuman suunnittelun tulisi oikeaoppisesti olla koh-

deryhmälähtöistä. Rakennusvälinevuokraamosta saa parhaiten kaiken kattavan infrastruktuurin. Turvallisuus, kaupalliset tavoitteet sekä tapahtuman yleinen tavoite, on kolme huomioitavaa asiaa suunnittelussa. (Antikainen & Sutinen 1996, 2.1, 1.)

Tapahtuman järjestäjä joutuu suorittamaan monet lupa-anomukset ennen tapahtuman alkua. Ilmoituksia tehdään mm. poliisille, pelastusviranomaisille, ympäristösuojeluviranomaisille sekä terveysviranomaisille. (Antikainen & Sutinen 1996, (1.11) 1).

Saadakseen julkisuutta, tapahtumanjärjestäjien tulee myös huomioida riittävä markkinointi. Tapahtuma tulisi markkinoida oikealla imagolla, oikeille kohderyhmille, huomioiden myös oikean hinnan ja ajankohdan kilpailevat seikat mukaan lukien. (Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus 2002, 113). Oleellisin asia on asiakassegmentit, joille markkinointi suunnataan. Yleisimpiä segmentointiperusteita ovat esim. väestötieteelliset tekijät, kuten: ikä, sukupuoli, rotu, kieli, uskonto, alkuperä, perheen muoto, koulutus, tulot, ammatti. Maantieteellisen sijainnin, asukastiheyden, asuinpaikkakunnan tai asuintyyppin mukaan voidaan myös tehdä segmentointia. Persoonallisuustekijät, kuten turhamaisuus, kunnianhimo ja itsenäisyys, sekä life-style elämänarvoineen, tapoineen ja kiinnostuksen kohteineen ovat nekin perusteita segmentoinnille. Näiden lisäksi voidaan perusteina käyttää tilannekohtaisia perusteita, kuten osto- ja kulutuskäyttäytymistä, sekä asenteellisia tekijöitä, joihin kuuluu arvostus tapahtuman sisältöä kohtaan, samaistuminen ja asenteet ja motiivit. Kun kohdesegmentit on valittu, tulee järjestäjien seuraavaksi miettiä, miten saisivat tapahtumallaan puhuteltua valittua kohderyhmäänsä. Yleisimpiä markkinointivälineitä ovat lehtimainonta, suoramainonta, TV-mainonta, ulkomainonta, elokuvamainonta sekä internet-mainonta. (Antikainen & Sutinen 1996, 6-7.)

Asiakastyytyväisyys on tärkeä osa markkinointia. Yhdessä nämä luovat asiakkaille mielikuvaa yrityksestä. Hyvän mielikuvan luomiseksi vaaditaan hyvää ja tasalaatua palvelua, joten siihen on kiinnitettävä huomiota. Asiakaspalvelussa on viisi asiaa, jotka tulee huomioida: Luotettavuus, vakuuttavuus, reagointialttius, konkreettinen ympäristö sekä empaattisuus. Asiakaspalautteen kerääminen on myös aika ajoin tarpeellista, sillä sen avulla yritykselle selviää mahdolliset parannuskohteet. (Nikula, J., & Riihimäki, J. 2008.) Joissakin tapahtumissa tehdään myös jäl-

kimarkkinointia, ja kiitetään osallistujia tai mahdollisesti pyydetään antamaan palautetta.

Pääasiassa tapahtumia järjestetään talkoovoimin. Talkoolaiset koulutetaan ennen tapahtumaa kyseisiin työtehtäviin. Talkootöissä ei pääsääntöisesti ole työsuhdetta, vaan työ kestää määrätyn ajan, päivistä viikkoon. Töiden tarjoaja usein tarjoaa heille ruoan, mutta muuten työ on palkatonta. Tapahtuman päätyttyä talkoolaisten kanssa käydään läpi aikaansaannokset ja onnistumiset sekä myös mahdolliset takapakit. (Antikainen & Sutinen, 1996 (1.8) 1.) Seinäjoen Elävän musiikin yhdistys, Selmy ry, järjesti Provinssin puitteissa viime kesänä, yhteiset talkoot, jonne sai ilmoittautua kuka tahansa. ”Provinssirock näkyy ja kuuluu Seinäjoella joka vuosi. Haluamme tutustuttaa festivaalia kaupunkilaisille myös toisesta näkökulmasta, mitä sen kasaaminen vaatii ja millä mielellä Ihmisten Juhlaa tehdään. Rakentamisen ajaksi festivaalialue suljetaan turvallisuussyistä, joten tämä on se ainut keino myös nähdä menoa aitojen takana”. (Kivelä, Provinssirock 2013 tiedote.)

Tapahtumatuotteilla saadaan palveltua tapahtuman osallistujia, mutta myös lisätä tuottoa. Tuotteita voidaan kuitenkin käyttää, ennakkomarkkinointiin, ennen tapahtumaa, liikelahjaksi yhteistyökumppaneille, järjestelyorganisaation palkitsemiseen tai lisätulojen hankkimiseen. Tuotteet ovat usein ostajilleen muistoja tapahtumasta tai tuliaisviemisiä tuttaville. Yleisin tapahtumatuote on t-paita, jolla halutaan osoittaa, että on ollut mukana tapahtumassa, ja kuuluu kyseiseen viiteryhmään. Tapahtumatuotteita valittaessa tulee ottaa huomioon niiden monikäyttöisyys ja yksilöllisyys, jolloin tuotteet eivät syö toistensa myyntiä. Tuotteiden tulee olla myös hyvälaatuisia, ja tuotteistuksessa tulee ottaa huomioon myös kohderyhmän perheenjäsenet, joille etsitään tapahtumasta tuliaisia. Tyypillisiä tuotteita t-paidan lisäksi ovat myös pinssit, lippikset, laukut ja sateenvarjot. (Antikainen & Sutinen, 1996, (2.6)1-5.)

Elintason kohoaminen on vaikuttanut tapahtumien järjestämiseen. Vaatimukset tapahtumien laatua ja sisältöä kohtaan ovat kasvaneet. Myös ihmisten aktiivisuus ja vapaa-ajan lisääntyminen ovat osaltaan kasvattaneet tapahtumiin osallistujien lukumäärää. Isojen tapahtumien järjestäminen on aina vain monimutkaisempaa ja laajempaa. Lisääntyneen tarjonnan vuoksi, myös kilpailu on kasvanut. Kilpailua käydään niin paikallisella, kuin valtakunnallisellakin tasolla. Voidaan jopa sanoa,

että tapahtumien järjestämisestä puhutaan liiketoimintana, sekä osana matkailutoimintaa. Tietenkin myös talouteen liittyvät riskit ovat kasvaneet. (Antikainen & Sutinen 1996, 2-3.)

## **2.2 Tapahtumien merkitys Etelä-Pohjanmaalla**

Matkailua pidetään Etelä-Pohjanmaalla merkittävänä elinkeinona ja tulonlähteenä. Kulttuurimatkailun valteiksi nostetaan suuret yleisöfestivaalit, sekä pienemmät omaleimaisemmat kulttuuritapahtumat. Valtakunnallista mainetta kylvää esimerkiksi Seinäjoen Tangomarkkinat ja Provinssirock, mutta myös Ilmajoen musiikkijuhlat, sekä Kauhajoen Ruokamessut tuovat alueilleen taloudellista hyötyä ja tietenkin paljon myönteistä julkisuutta. (Kohtakangas 2001, 53.)

Maakuntien matkailuimagojen markkinoinnissa, kulttuurilla on keskeinen rooli. Etelä-Pohjanmaan omaleimainen kulttuuri sisältää lukuisia mahdollisuuksia matkailuelinkeinon kannalta, ja tämä on tiedostettu jo ajat sitten. Ilkassa vuonna 1965 kerrottiin seuraavaa: ”Kukaan tuskin epäilee etteikö Etelä-Pohjanmaasta voisi tulla merkittävä matkailukohde: maisemiltaan, historialtaan ja kansanluonteeltaan niin yksilöllinen, ettei se voi olla herättämättä kiinnostusta maan muissa osissa ja ulkomailla.” (Paasi 1986, 210). Tutkimuksista on käynyt ilmi, että Etelä-Pohjanmaa mielletään muualla suomessa, seuraavien stereotyyppisten kulttuurin osa-alueiden mukaan: lakeudet, latomeret, kaksifooninkiset talonpoikaistalot, ruokaperinne, puukäsityöt, kansanmusiikki, kansantanssit, yritteliäisyys, itsellinen elämäntapa, taloudellinen vauraus, jäyhyys, tulisuus ja isänmaallisuus. (Kainulainen 1999, 45.)

Tapahtumien myötä kunnat ja kaupungit saavat julkisuutta ja parantavat niiden kilpailukykyisyyttä ja imagoa, sekä luovat edellytyksiä elinkeinotoiminnan kehitykselle. Tapahtumien myötä järjestyy myös osa-aikaisia työpaikkoja. Paikallisten palvelujen kuten kauppojen, ravintoloiden ja liikkumisen kysyntä lisääntyy. Erilaiset tapahtumat tuovat myös alueelle piristystä ja elävöittävät ilmapiiriä. (Kainulainen 2004, 145.)

Elinkeinoelämän edustajiston mukaan kulttuuritapahtumat vahvistavat alueen imagoa, jonka vuoksi maakuntaan matkaa matkustelijoita, yrittäjiä, koulutettua työvoimaa, sekä uusia asukkaita. Kulttuuritapahtumat nähdään yleisesti, joko alueellista identiteettiä muokkaavana voimavarana, tai alueen imagoa, sekä taloudellista kehitystä ja työllisyyttä edistävinä resursseina. Eteläpohjalaisia kulttuuritapahtumia kuitenkin yhdistää markkinoinnin tehostamisen tarve. Ongelmana on ollut löytää sopivia uusia asiakassegmenttejä ja oikeita markkinointikanavia. (Kainulainen 1999, 53, 136.)

Tapahtumien myötä Seinäjoelle saapuu myös sellaisia ihmisiä, jotka eivät osallistu varsinaiseen tapahtumaan, vaan tulevat nauttimaan tunnelmasta lähiravintoloihin tai jonnekin muualle tapahtuman läheisyyteen. Nämä ihmiset, jotka osallistuvat pelkästään ilmaistapahtumiin, käyttävät silti rahaa paikkakunnan muihin yrityksiin, joka taas lisää yrityksille ja tapahtumapaikkakunnalle taloudellisia vaikutuksia. Myös tapahtumiin osallistuvat esiintyjät, myyjät yms. tuovat tapahtumapaikkakunnalle tuloja. (Katajavirta, Rumpunen & Tuuri 2012, 60.)

Johanna Kohtakankaan tutkimuksen perusteella, eteläpohjalaisiin tapahtumiin kaivattaisiin alueen tyypillisiä perinneruokia sekä hyvälaatuisia matkamuuksineita. Kuitenkin tapahtumanjärjestäjät epäilevät, onko alueella edes omaleimaista perinneruokakulttuuria, joka eroaisi muista. Vip-vieraillekin haluttaisiin tarjota jotain muuta, kuin makkaroita ja perunamuusia. (Kohtakangas 2001, 55.)

### **2.3 Etelä- Pohjalainen kulttuuri**

Kulttuurimme määrittää sen, että koemme jonkin asian elinympäristössämme merkitykselliseksi ja yhteiseksi. Se antaa meille välineitä toistemme ymmärtämiseen, oppimiseen, kasvamiseen mutta myös ympäröivän maailman arviointiin. Kulttuuri on myös tärkeä alueiden kehittymisen kannalta, mikä edellyttää elämäntapojen, kulttuurihistorian, kulttuurimaisemien ja kulttuuritoimintojen monipuolista ja luovaa hyödyntämistä. (Kainulainen 1999, 2.)

Etelä-Pohjanmaan maakunta, läntisessä Suomessa käsittää 18 maakuntaa. Keskuskaupunkina toimii Seinäjoki n. 60 000 asukkaallaan. Kuuluisaksi maakunnan



tekee erityisesti yrittäjäyys, joka on ydinvoimavarana maakunnan kehitykselle. Maakunnassa kehitetään monialaista ja kasvuhakuista kasvutoimintaa. Vahvana alueella toimii elintarviketalous, puuteollisuus, sekä teknologia- ja metalliteollisuus. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2013.)

”Etelä-Pohjanmaalla on rikas ja omaleimainen kulttuuri”. (Kohtakangas 2001, 1). Suorapuheisuus, vakavuus, ahkeruus, rohkeus ja oikeamielisyys on yhdistetty perinteisesti eteläpohjalaiseen luonteenlaatuun. Luonnonoloille tyypillisintä ovat lakeudet, tasaisuus sekä niitä halkovat joet. Lapuanjoen ja kyrönjoen laaksot ovat suurimpia. Eteläpohjalainen tunnistaa tänä päivänä juurensa. Maakuntaan on myös muuttanut asukkaita enenevästi ulkomailta ja muualta Suomesta. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2013.)

Kaksifooninkiset talonpoikaisrakennukset harmonisine pihapiireineen, vahva omaleimainen kulttuuri sekä itsellisyys, yritteliäisyys ja alueen vahva murre vahvistavat eteläpohjalaisten identiteettiä sekä maakuntalaisiin samaistumista. Myös laakeat maisemat ja erilaiset kulttuuri- ja taidetapahtumat ovat merkittäviä eteläpohjalaisuuden piirteitä. Yhdessä nämä kaikki tekijät vahvistavat yhteenkuuluvuuden tunnetta maakunnan asukkaiden keskuudessa. (Kainulainen 1999, 39- 40.)

Etelä-Pohjanmaa valitaan asuin- ja toimintaympäristöksi mielenkiintoisten arvojen, kilpailukyvyyn, sekä viihtyisyyden vuoksi. Maakunta on luova, vetovoimainen, niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin, ja siellä elinkeinot, osaaminen, saavutettavuus ja hyvinvointi kehittyvät ajassa. (Etelä-Pohjanmaan Liitto 2013.)

”Suomen sisällä Etelä-Pohjanmaa näkyy selkeänä, yhtenäisenä ja muista alueista erottuvana aluekokonaisuutena.” (Kimmo Kainulainen 1999, 40). Tutkimuksen mukaan eteläpohjanmaa- kulttuurin vahvuuksia yleisesti ovat mm; maakunnan rikas historia, monipuolinen musiikkitoiminta, sekä vireä teatteritoiminta, suuret kulttuuritapahtumat, elävä talkooperinne, kulttuurijärjestötoiminta, itsellinen tekeminen, perinteiden kunnioitus, arvokas rakennuskulttuuri, omaleimainen talonpoikauskulttuuri, ja tietenkin vahva kulttuuritahto. Mahdollisuuksiksi taas kerrottiin mm; yritysyhteistyön vahvistuminen, kulttuurimatkatilukysynnän vahvistaminen, kulttuuriimagon vahvistaminen, kansainvälisen yhteistyön lisääminen, lakeus-, joki- ja

suomaisemien vaaliminen ja hyödyntäminen (esim. matkailussa), kulttuuritietoisuuden vahvistaminen, EU-rahoituksen hyödyntäminen. (Kainulainen 1999, 139.)

Mutta mitä tulee sitten ruoka-asioihin; Etelä-Pohjanmaa on ruokamaakunta, sillä alueella tuotetaan 13 % Suomen ruoasta, vaikka alueella asuukin vain 4 % koko maan väestöstä. Se antaa vahvan lähtökohdan maakunnan nimeämiseksi Ruoka-provinssiksi, jonka ruokakulttuuria kehitetään koko ajan. Etelä-Pohjanmaan suomenkielisellä alueella esiintyy vahvana maa- ja karjatalous, kun taas rannikkoseudulla ruokaperinne on kalaisempaa. Maa- ja karjatalouspainotteisuuden vuoksi tälle alueelle ovat sijoittuneet maan suurimpiin kuuluvat lihajalostus-, maidonjalostus- ja viljateollisuuslaitokset. Ruotsinkielinen rannikko on kuuluisa vihannesviljelmistään, ja näin ollen Pohjanmaalla tuotetaankin suuri osa Suomen tomaateista ja kurkuista. (Ruokatieto 2014.)

”Etelä- Pohjanmaalla syörähän kropsua.” Eteläpohjalaisista perinneruoista tunnetuimpia ovat kropsut, vohlut, kova leipä, kotijuustot, klimppisoppa, piimäveli, ohrankryynipuuro, ruisveli, läskisoosi sekä silakka- ja veriruoat.” Eteläpohjalainen ruoka on yksinkertaista, mutta ”piroissa komiaa”. Pohjanmaalla pidot olivatkin aikoinaan arvostettuja, joko sukujuhlina tai kylän yhteisenä tilaisuutena. Nykyäänkin pitoperinne elää vahvana, vaikka nykyaikaistuneilla ruokalistoilla. Siitä huolimatta, salaatti eli rosolli, loorat, leipäjuusto ja paikalliset leivät pitävät paikkansa. (Ruokatieto 2014.)

Raija Heikkilä, on kertonut Etelä- Pohjalaisia Ruokaperinteitä kirjassaan, perinteistä resepteistä, joita on maakunnassa valmistettu. Raaka-aineet on kerrottu, mutta tarkkoja määriä ei ole kuin harvassa reseptissä, koska raaka-aineita laitettiin mm varallisuuden ja kokemuksen mukaan. (Heikkilä 1980, 6). Teoksesta on löydettävissä niin klimppisopan, kaljavellin kuin veripaltunkin teko-ohjeet. Olisiko vaikkapa näissä ainesta tuomaan maakunnan perinteitä tapahtumissa esille.

### **3 TAPAHTUMIEN RUOKAPALVELUTOIMINTA**

Järjestelmällisen toiminnan ja talouden suunnittelu on ruokapalveluja järjestettäessä otettava huomioon ennen tapahtumaa, sekä sen aikana, että sen jälkeenkin. Ruokapalveluvastaavien on myös tunnettava viranomaisten määräykset, sekä elintarviketeollisuuden tarjoamat palvelut. Heidän täytyy myös huolehtia tarjoilun ja ruoanvalmistuksen sujuvuudesta, palveluiden hinnoittelusta sekä taloudellisten suunnitelmien toteutumisesta. (Hiltunen 2005, 3.)

Festivaaliruokailupalvelut ovat kehittyneet monipuolisemmaksi 90-luvulta, tähän päivään. Järjestäjät, ruokamyyjät, sekä tietenkin asiakkaat hyötyvät kaikki hyvin järjestetyistä ruokapalveluista. Alkuaikoina festareilla oli tarjolla pääasiassa pyttiä, pannua, makkaraa ja hernekeittoa. Pääasiassa tarjonta muodostui lämmitetyistä ja valmiista aineksista rakennetuista annoksista. paikan päällä valmistettu ruoka, tuotteista ja oikeista raaka-aineista oli harvinaista. Myyntipisteiden tarjonta, ei näkynyt kovin hyvin yleisölle, sillä mainostekstit ja hinnastot olivat useimmiten kirjoitettu itse pahville ja laitettu huonosti esille. (Helander 2012, 22.)

#### **3.1 Tapahtumien ruokapalvelusuunnittelu**

Tapahtumat ovat kooltaan ja kestoaltaan hyvin erilaisia. Vaihtelevuutta on tunneista muutamiin päiviin. Myös tapahtumapaikat vaihtelevat, ja käytössä ei välttämättä ole kuin ulkotilaa, jossa ei ole ruokahuollon vaatimia puitteita. Ruoanvalmistuspaikka sekä jakelupisteet, tulee olla mahdollisimman lähekkäin, jolloin kuljetukset pisteeltä toiselle olisivat nopeita. Ruuhkien aiheuttamiin ongelmiin on myös varauduttava. Ravintoloiden ulkoiseen ilmeeseenkin on panostettava. (Hiltunen 2005, 6.)

Erityisesti hygienia-asiat vaativat tarkkoja suunnitelmia ja seuranta. Elintarvikkeiden kanssa täytyy olla tarkkoina huomioiden niiden kuljetukset, varastoinnin, tarjonnan ja hävityksen. Ruokahuoltotehtävissä on usein talkootyöläisiä, joten työntekijöiden ohjeistamisesta ja ammattitaidosta on huolehdittava. (Hiltunen 2005, 7.)

Ruokalistaa suunniteltaessa on otettava ensimmäisenä huomioon asiakaskunta, jolle ruoka on suunnattu. Annoksien suunnittelussa otetaan huomioon ruoan terveellisyys, monipuolisuus, nautittavuus ja kohtuus. Annoksen värimaailma ja eri ruoka-aineiden rakenteet ovat myös asioita joihin kiinnitetään huomiota. Esimerkiksi jauhelihakastike, perunamuusin ja porkkanalaatikon kanssa muodostaa helposti mössömäisen kokonaisuuden, jota ei tavoitella. Muutaman päivän mittaisissa tapahtumissa, jossa asiakkaat ruokailevat kerran tai kaksi päivän aikana, ei ruokalistan tarvitse olla ravitsemuksellisilta ominaisuuksiltaan täydellinen. Joukkoruokalojen järjestäjillä asia on taas toinen, koska ihmiset syövät samassa paikassa joka arkipäivä, viikoittain. Ruoka ei kuitenkaan saa olla missään olosuhteissa ihmisen terveydelle haitallinen, joten ruoka-aineet ovat valittava tapahtuman olosuhteiden mukaan. Massatapahtumissa, jotka ovat suunnattu kaikenikäisille sukupuoleen tai ikään katsomatta, on tarjonnan oltava vaihteleva. Tämänkaltaisissa tapahtumissa suosittuja ruokavaihtoehtoja ovat erilaiset laatikkoruoat, käristykset, lihakastikkeet, jauhelihavalmisteet, keitetyt perunat, muusi ja erilaiset keitot. Useasti hintaan sisältyy myös juomat ja leipä levitteineen. Tämä helpottaa niin laskutusta, kuin asiakkaan pohdintaa, ottaako leipää vai ei. (Hiltunen 2005, 25- 27.)

Keittiön luonteesta riippuen, on sen aina mietittävä mikä on käytettyjen raaka-aineiden jalostusaste ja keittiön toimintatapa, koska nämä tekijät määrittävät ajankäytön. Jos suurin osa keittiön raaka-aineiden käsittelystä on siirretty elintarviketeollisuuden tai alihankkijoiden tehtäväksi, sitä pienempi on keittiössä tehtävän työn määrä, joka heijastuu myös pienempään henkilöstömäärään. Suurin osa ammatti-keittiöistä luottaa puolivalmisteisiin, joita hankitaan pientuottajilta ja elintarviketeollisuudelta. Niitä ovat esimerkiksi pestyt, kuoritut ja mahdollisesti eri tavoin paloitetut tuoreet ja pakastetut vihannekset, mutta myös valmiiksi paloitetua lihaa käytetään. Lihapuolivalmiste voi olla myös valmiiksi maustettu, leivitetty tai esikypsytetty. Puolivalmisteita käytettäessä tulee kuitenkin ajankäytössä huomioida vaadittavat sulatukset ja kuumentamiseen käyttävä aika. Puolivalmisteiden hintaan lisätään niiden käsittelyyn vaadittu työ, joten ne ovat aina raakaa tuotetta hintavampia. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009, 116.)

Raaka-aineiden, puolivalmisteiden ja erilaisten muiden valmisteiden menekkiä on vaikea ennustaa, koska niihin vaikuttavat monet järjestäjistä poikkeamattomat

syyt. Lähtökohtana kuitenkin on se, että ihmisten on jossakin välissä syötävä ja juotava, erityisesti pitkäkestoisissa tapahtumissa. Ihmisten ruokahalukkuuteen vaikuttavat tilaisuuden alkamisajankohta, mahdollisuus omien eväiden tuomiseen, muut ruokailumahdollisuudet tapahtumapaikan läheisyydessä sekä tilaisuuden kesto. Epävarmuustekijöistä johtuen, olisi kätevintä pyrkiä kapasiteetin joustavuuteen, eli valmistaa tuotteita etukäteen, ottamalla palautettavia tuotteita, tai käyttämällä nopeasti valmistettavia tuotteita. (Antikainen & Sutinen 1999, (2.3)1.)

Lähiruokaa kehotetaan suosimaan niin paljon kuin mahdollista, sillä raaka-aineiden tuotannossa, kuljetuksissa sekä kaupoissa suositaan kestäviä menetelmiä. Etuina lähiruoan käytössä ovat mm lyhyt elintarvikeketju, jota on helppo valvoa, sekä laitteiden rikkoutumisriskit lähikuljetuksien aikana. Myös laatutappiot ja käsittelyvirheet ovat pienempiä, eikä kasvinsuojelu- ja lisäaineita tarvitse juurikaan käyttää lyhyillä matkoilla. Lähiruokatuotteiden ravintosisällötkin säilyvät hyvin. (Martat 2014.)

Haasteena tapahtumaruokailussa, on valmistaa erityisolosuhteissa korkealaatuista ruokaa, ja saada palvelu toimimaan riittävän nopeasti, ettei jono kerry liian pitkäksi. Ruuhkahuiput ovat yleensä esiintyjien välissä, jolloin ihmismassat kerääntyvät ruokakojuille. Palvelun sujuvuuteen vaikuttavat myös ruokapaikkojen sijoittelu ja niiden monipuolisuus pienellä alueella. Kaikesta huolimatta, kävijät kuitenkin odottavat saavansa myös yksinkertaista perusruokaa, jonka katsotaan kuuluvan festivaalien tarjontaan. (Helander 2012, 31.)

Hankintalain myötä julkisten varojen käyttö on tehokkaampaa, pyritään edistämään laadukkaiden hankintojen tekemistä sekä tarjotaan yhteisöille tasapuolinen mahdollisuus jakaa palveluja ja tuotteitaan. Valtion ja kuntien sekä muunlaisten hankintayksiköiden tulee lain määräämällä tavalla kilpailuttaa hankintansa. Ei ole kuitenkaan mahdotonta, ettei omalla alueella tuotettua ruokaa voisi käyttää julkisissa hankinnoissa. Tarjouspyynnöissä on osattava vaatia sellaisia vähimmäisvaatimuksia ja laatukriteerejä, jotka antavat lähialueen tuottajille ja jalostajille mahdollisuuden pärjätä kilpailussa (Kari 2011, 9.)

### 3.2 Ruokapalvelutoiminnan tavoitteet

Toiminnan laatu on ruokapalvelutoiminnan tärkein tavoite. Se kiteyttää ruoan kokonaisuuden, palveluympäristön laadun sekä itse palvelun. Palveluiden ja tuotteiden tuottaminen ammattitaitoisesti, kannattavasti, tehokkaasti, tuloksellisesti sekä niin, että asiakas pystyy kokemaan laadun ja hinnan olevan kohdillaan, kuvaa toiminnan laatua. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009 12.) Keskeisimpiä tavoitteita ruokapalvelutoiminnassa ovat myös asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Kova kilpailu alalla, ajaa toiminnan jatkuvien muutoksien alle, ja näin ollen varmistaa laadun ja tavoitteet käytännön työskentelylle. (Mertanen 2012, 120.)

Useasti budjetin perusteella rakennetaan tapahtumiin ruokatarjoilu. Kalliita ratkaisuja täytyy pohtia huolella, sillä asiakkaan ostama ruoka-annoksen hinta saattaa nousta kohtuuttoman korkeaksi. Tällöin myös myynti jää vähäiseksi, jos asiakkaalle ei pystytä osoittamaan, mitä lisäarvoa hän samalla hinnalla saa. Mikäli on kyseessä a la carte ravintola, voidaan ruoka hinnoitella erilailla. (Hiltunen 2005, 27.)

Suuriltaosin kustannukset muodostuvat tuotteista. Lopullisessa kannattavuuden suunnittelussa, tuotteeseen kohdistuva kate on avainasemassa. Jotkut kiinteistä kustannuksista, saattavat olla puolikiinteitä, jotka ovat jollakin tavalla riippuvaisia myynnin suuruudesta. Tuotesuunnittelulla pystytään vaikuttamaan tuotekohtaiseen katteeseen tuotantomenetelmiä tai raaka-ainekustannuksia muuttamalla. Nämä asiat vaikuttavat myös työntekijöiden määrään, joten kannattavuutta suunniteltaessa, tuotesuunnittelu on erityisen tärkeää. (Selander & Vuokko 2007, 107.)

Ruoka ja juomatarjoilu ovat tapahtumissa tuottojen kannalta tehokasta. Ruoan ja juomien myyntikate on kohtalaisen hyvä, ja jos on mahdollisuus hankkia raaka-aineita lahjoituksina organisaation jäseniltä, on kaikki kotiinpäin. Ensiksi on kuitenkin selvitettävä, onko kannattavampaa järjestää ruoka- ja juomatarjoilua itse, vai antaa se toisten hoidettavaksi. Jos myynti ja tuottaminen siirretään jollekin toiselle yhteisölle, voidaan sopia kiinteä tai provisiomuotoinen korvaus, jolloin kyseinen yhteisö maksaa tapahtumanjärjestäjälle palkkion, perustuen tuotto-osuuteen. Veronalaisuuden riskit ja mahdolliset tappiot siirtyvät myös mukana. Myyntioikeuden saajan, on huolehdittava tarjoilun ja valmistuksen lainmukaisuudesta. (Antikainen

& Sutinen 1999, (1.2) 3.)

Tuloksellisuus ja kannattavuus ovat ruokapalveluiden avainsanoja. Keittiön toiminta on tuottavaa silloin kun palvelut ja ateriat ovat oikeassa suhteessa niiden tuottamisen vaatimaan työhön, raaka-aineisiin ja muihin ruokapalvelun vaatimiin panoksiin, kuten pääomaan ja energiaan. Toiminta on silloin tuottavaa, kun annosten lukumäärä, on käytettyyn työaikaan ja raaka-aineisiin nähden suuri. Taloudellista toiminta taas on silloin, kun rahalliset kustannukset ovat mahdollisimman pienet, tuotoksien aikaansaamiseksi. Toiminnan kannattavuus taas tulee esille siten, että kokonaiskustannukset jäävät pienemmiksi, kuin tuotto, jolloin saadaan voittoa. Jokainen ammattikeittiön työntekijä voi olla taloudellinen ruokapalvelujen tuottamisessa, ja näin vaikuttaa koko keittiön kannattavuuteen. Onkin tärkeää, että keittiöhenkilökunnalle kerrotaan keittiön kokonaistoiminta, ja oman työn vaikuttavuus keittiön menestymiseen. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009 14–15 .)

Tapahtumaruokailussa on tavoitteena palvella mahdollisimman montaa asiakasta, ja silloin palvelun on pelattava nopeasti ja myös ruoan täytyy valmistua lähes vaivattomasti. Isojen massojen ruokkimista helpottavatkin puolivalmisteet, joita myös monet ammattikeittiöt käyttävät. Niitä hyödyntämällä pystyy ajankäytön suuntaamaan sellaisiin asioihin joihin ei välttämättä muuten olisi aikaa, kuten esimerkiksi asiakaspalveluun, palveluympäristön kehittämiseen, sekä tarjoilutapahtuman sujuvuuteen. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009, 166.)

Asiakkaiden ja eri sidosryhmien tarpeet toteutuvat, kun ruokapalvelujen ydin on kunnossa. Siihen kuuluvat tehokkaat, korkealaatuiset ja reagointikykyiset toimintaprosessit, joiden tavoitteena on jatkuvan laadun parantaminen sekä tietenkin kustannusten alentaminen. Eri prosesseissa työntekijän on tarkistettava asemansa ja havaittava parannusmahdollisuudet. (Mertanen 2012, 199.)

Joukkoruokailu kuuluu keskeisenä osana suomalaisten ruokakulttuuriin. Tämän vuoksi, sen kokonaisvaltainen merkitys, aina yleisen hyvinvoinnin ylläpitämisestä terveyteen ja jaksamiseen on hyvin tärkeä. Jo muutamilla pienillä parannuksilla saadaan huomattavia vaikutuksia. Puuttamalla esimerkiksi suolan, rasvan laatuun ja määrään sekä kuidun määrään, noudattaen ravitsemuslaadun kriteerejä, päästään kiinni terveyttä edistäviin tavoitteisiin. Ravitsemuslaatua noudattavat elintar-

vikkeet myös helpottavat ruoanvalmistusta ja tukevat ateriatarjonnan terveellisyyttä. Terveyttä edistävät päätökset vaativat kuitenkin päättäjien ja johdon sitoutumista, tiedotusta sekä riittäviä resursseja. Itse ruokailuhetkeen tulisi myös varata riittävästi aikaa, jotta ruoan aikana myös virkistyisi ja ehtisi ylläpitämään sosiaalisia suhteita. (Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa 2010.) Ruokapalvelujen toteuttajat ja tuottajat kehittävät jatkuvasti ruokakulttuuriamme, ja näin ollen ylläpitävät kansallista ruokaperinnettämme. Aterioinnin ja niihin liittyvien palveluiden kautta, asiakkaat saavat kokea elämyksiä ja kehittää makumaailmojaan. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009, 11.)

Ruokapalvelujen laatukriteereissä on myös yhteiskuntavastuullisuuteen liittyviä seikkoja. Näitä ovat mm. Ekologinen kestävyys, turvallisuus ja terveys, kuluttajaryhmien tarpeet, taloudellisuus, ruoan kulttuurisuus sekä eettiset toimintaperiaatteet. (Ruokasuomi 2010.)

Tapahtumapaikan kohdalla, joudutaan puntaroimaan ympäristön kannalta parhaimpien vaihtoehtojen välillä, pyrkimyksenä tietenkin valita vaihtoehto, joka aiheuttaa vähiten haittaa. Melua syntyy niin liikenteestä, asiakkaista, taustamusiikista, kuin erilaisista kuulutuksista. Myös jätettä kertyy suuria määriä. Ravintolatoimintaa suunniteltaessa, ja ympäristötekijät huomioiden, on kiinnitettävä huomiota muutamiin asioihin. Näitä ovat esimerkiksi paikallisten, maakunnallisten, sekä suomalaisten raaka-aineiden käyttö, luomutuotteiden suosiminen, ruoan valmistus isoissa keittimissä, suurpakkaukset, kierrätysmateriaaliset astiat, siivouksessa suositetaan ympäristömerkittyjä puhdistusaineita ja vältetään voimakkaita ja happamia tuotteita. (Hiltunen 2005, 57.)

### **3.3 Ruokapalvelun käyttöön vaikuttavat tekijät**

Ruokapalveluiden suosio on parin viime vuosikymmenen aikana kasvanut. Syinä tähän ovat kaupungistuminen, ruokapalvelujen tarjonnan kasvu, työelämässä tapahtuneet muutokset sekä kansainvälistyminen. Alan tuottajien täytyy pyrkiä tarjonnallaan ja tuotannollaan vastaamaan ruokailijoiden henkilökohtaisiin mieltymyksiin ja arvostuksiin. Elintason nousun myötä syöminen tarjoaa muutakin kuin vain nälän ja janon tyydyttämisen. Ruoka tarjoaa elämyksiä ja nautintoja. Valintaan



vaikuttavia tekijöitä ovat ruoan alkuperä, maku, hinta, ruokaan liittyvät mieltymykset, riskit, pelot, uskomukset sekä valintatilanne. Joskus kuluttajien käyttäytymistä saattaa olla vaikea ennustaa, koska eri tilanteissa ruokailija voi käyttäytyä eri tavoin. Tilanteesta riippuen, valinnan perusteena saattaa olla joko hinta tai mahdollisesti terveellisyys. (Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa 2010, 26.)

Pelkästään yrityksen tuotetarjonnalla, yleisellä siisteydellä tai palvelun ystävällisyydellä ei välttämättä ole vaikutusta ruokapaikan valitsemiseen. Myös sesonkivaihteluilla, viikonpäivillä, kellonajoilla sekä liikepaikalla on merkitystä. (Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa 2010, 27.) Kuitenkin myös ruoan maun, laadun ja sopivan hintatason rinnalla, henkilön ikä, sukupuoli, sosioekonominen tausta, kulttuuritausta, palvelujen saatavuus, sosiaalinen ympäristö, muut elintavat, työolot sekä henkilökohtaiset mieltymykset ovat päätöksen tekoon vaikuttavia tekijöitä. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009, 12.)

Ruoan kokonaislaatu muodostuu asiakkaan aistinvaraisista havainnoista, mutta myös terveyttä edistävästä tekijöistä, kuten ravitsevuudesta, annoskoosta, esteettisyydestä, hinta-laatu-suhteesta, hygieenisyydestä, lämpötilasta sekä maistuvuudesta. Ruokaan liittyvän palvelun tavoitteena on tuottaa mahdollisimman positiivinen ja elämyksellinen kokemus, sekä saada asiakas kokemaan hinta ja laadun olevan kohdillaan. (Laurila, Lampi & Pekkala 2009, 12.) Terveellisiä elämäntapoja kohtaan kasvaneen kiinnostuksen myötä, ihmiset kiinnittävät entistä enemmän huomiota ravitsemuksellisiin tekijöihin. Ruoan nautinnollisuus ja terveellisyys nähdäänkin nykyään toisiaan tukevinä seikkoina. (Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa 2010, 25.)

Ihmiset tekevät valintojaan omien arvojensa pohjalta, joilla he myös määrittävät maailmankuvansa. Ekologisuus, luomu, lähiruoka ovat esimerkkejä näistä arvoista. Ihmiset etsivät palveluja, jotka tukevat heidän arvomaailmaansa. Aina myös ruokien hinnat ja pitkät jonot, saavat ihmiset jonkin verran tyytymättömiksi. Festivaaleilla toimitaan kuitenkin poikkeuksellisissa olosuhteissa, joten kustannusrakenne on myös ruoan suhteen erilainen, kuin toimittaessa normaalissa ravintolassa. (Helander 2012, 27.)

Nykyään yhä useampi kuluttaja on kiinnostunut siitä, mistä ruoka on peräisin ja kuinka se on tuotettu. Paikallisen ja suomalaisen ruoan kulku on kuluttajille yleensä hyvin lyhyt ja laatujärjestelmien ansiosta jäljitettävissä, tilatasolle asti. Valistuneet kuluttajat saavat vaikutteita ruokaostoksiinsa myös aluetaloudellisista, kestävä kehityksen ja työllisyyden näkökulmista. (Farmari Katalook 2013, 21.)

### 3.4 Ruokapalvelujen lainsäädäntö

Tapahtumien ruokapalveluja koskee monet lainsäädännölliset asiat ja säädökset, jotka tulee huomioida. Esimerkiksi teltan tulee olla katettu, sekä seinät kolmella sivulla. Avonaisella sivulla täytyy myös olla pisarasuoja (pleksi). Tämä estää mm ilmassa leijuvan pölyn pääsyn ruokiin. Jos maa on hyvin pölisevää, tulee lattialla laittaa pressua, messumattoa tai muuta vastaavaa. Elintarvikekita ei myöskään saa säilyttää maassa, vaan lavoilla ja hyllyillä, niille soveltuvissa lämpötiloissa. Ympäristökeskuksen sivuilta löytyvät Helsingin kaupungin ympäristökeskuksen ruoan ulkomyyntiä koskevat säädökset. (Ympäristökeskus 2013.) Elintarvikemyyntiin kohdistuvaa byrokratiaa on joltain osin karsittu, ja myös yleiset säädökset ovat pikkuhiljaa muuttuneet helpommiksi. Osaltaan tähän on vaikuttanut Ravintolapäivien kaltaiset tempaukset, joita ympäristökeskuksen on lähes mahdoton valvoa. Kuitenkin säädöksiä on myös kiristetty. Kaikki myytävät ruokatuotteet festivaali-ruokapisteillä, tulee olla pitkälti esivalmisteltu, jolloin paikanpäällä tapahtuu oikeastaan vain lämmitys ja myynti. (Helander 2012, 14.)

Vuonna 2011, syyskuussa, voimaan astui säädös, jonka mukaan elintarvikeilmoitusta ei vaadita vähäriskiseksi katsotusta tai pienestä elintarviketoiminnasta. Käytännössä tämä tarkoittaa järjestöjä, koulun myyjäisiä, yksityishenkilöitä, urheiluseurojen makkaranpaistoa tai muuta vastaavaa. Kuitenkin säilytyslämpötilat ja muut oikeat toimintatavat tulee huomioida. Suuremmissa tapahtumissa elintarvikkeisiin ja ruoan myyntiin liittyvästä toiminnasta, tulee terveystarkastajalle toimittaa elintarvikeilmoitus viimeistään neljä arkipäivää ennen varsinaista tapahtumaa. Tapahtuman aikana ruokamyyjien tulee pitää huolta omavalvonnasta ja kirjata ylös ruokien kylmäsäilytys- ja valmistuslämpötiloja. Ympäristökeskuksen sivuilta löytyy elintarvikeilmoituslomakkeet. (Ympäristökeskus 2013.)

Elintarvikehygienia määritellään WHO:n eli maailman terveysjärjestön mukaan niiksi toimenpiteiksi, joiden myötä voidaan varmistaa käytettävien elintarvikkeiden terveellisyys, turvallisuus ja puhtaus aina pelloilta pöytään asti. Elintarvike laki vaatii, että elintarvikealan toimija huolehtii siitä, että työntekijöillään on elintarvikehygieenisestä osaamisesta riittävät tiedot. Työntekijöitä tulee myös kouluttaa ja ohjata elintarvikehygienia-asioissa. (Elintarvikehygienia 2013.)

Elintarvikehuoneistossa käsiteltävien raakojen lihojen käsittelyyn, ennen vähittäismyyntiä, on haettava asianomaisen valvontaviranomaisen hyväksyntä. Samassa yhteydessä on esitettävä myös kirjallinen omavalvontasuunnitelma. (Elintarvikehygienia 2013.) Elintarvikeviranomaiset voivat myöntää luvan raa'an lihan käsittelyyn festivaalialueellakin, jos tilat ovat siihen tarkoitukseen soveltuvat. Sopiviksi tiloiksi käyvät mm. ruoan valmistukseen tehdyt linja-autot tai jonkinlainen vaunu, joissa hygienia-asiat ovat kunnossa ja omavalvonta toimii.

”Suuren yleisötilaisuuden, jossa myydään tai luovutetaan elintarvikkeita, järjestäjän on ilmoitettava riittävän ajoissa kirjallisesti kunnan terveydensuojeluviranomaiselle (terveystarkastaja) yleisötilaisuuden järjestämisestä. Kunnan terveydensuojeluviranomainen voi antaa ilmoituksen johdosta terveyshaittojen ehkäisemiseksi tarpeellisia määräyksiä ja ohjeita, myynnistä ja luovutuksesta sekä talousvedestä ja muista hygieenisistä järjestelyistä tapahtumissa.

Kunnan terveydensuojeluviranomainen voi rajoittaa myytävien tai luovutettavien tuotteiden valikoimaa terveyshaitan estämiseksi. Ilmoitusvelvollisuus koskee elintarvikkeiden myyntiä tai luovutusta, jos se tapahtuu ulkona tai tilassa, jota ei ole luvalla myönnetty käytettäväksi elintarvikehuoneistona.” (Antikainen & Sutinen (2.3) 2.) (Terveysuojelulaki 37 §)

### **3.5 Ruoan merkitys tapahtumissa**

Ruokaa kuvataan festivaalien lisäarvoksi. Kun bändit ja lavat poistetaan, on kaikki ylimääräinen, lisäarvoa. Ilman lisäarvoa, ei tapahtumalla ole minkäänlaista identiteettiä. Ympäristö ja alueen yleinen fiilis saavat myös aikaan elämyksen syntymi-

sen, ei ainoastaan ruokakokonaisuus. (Helander 2012, 12.)

Tapahtumissa vierailevat kävijät olettavat, että festivaaleille kuuluu tietynlainen ruoka, eivätkä välttämättä halua maksaa enempää paremmasta ruoasta. Valtaosa kävijöistä kuitenkin haluaa, että tarjolla oleva ruoka on hyvin halpaa ja siitä tulee kylläinen olo. Tietenkin eri asiakassegmenteillä on erilainen ruokamaku, eikä voida odottaa, että 18-vuotiaan ja nelikymppisen odotukset ruokien suhteen kohtaisivat. Tulevaisuudessa ruokapalvelujen osa voi tapahtumissa kasvaa, mutta se ei tule olemaan syy, miksi osallistua festivaaleille. Plussaa kuitenkin on se, että ihmisille halutaan tarjota laadukkaampaa ruokaa, ja kilpailu ruokapaikoista kasvaa. Lain-säädännön vuoksi tapahtuma-alueelle, ei saa tuoda raakaa lihaa, joten luomu- ja lähiruoan tuominen isoihin tapahtumiin on haasteellista, koska esikypsennettyinä-  
kään niitä ei välttämättä paikallisista tukuista löydä. (Helander 2012, 27.)

Tapahtumaruokapalveluihin liittyvää ainutlaatuisuutta, korostettaisiin uniikeilla tuotteilla, jotka olisi suunniteltu vain ja ainoastaan tapahtumaa varten. Usein ihmisillä on tietyt ennakkoluulot ja mielikuvat ravintoloista, joten tällä tavoin ne poistettaisiin, ja saataisiin palvelusta kävijälle elämyksellinen kokonaisuus. Ensiksi kuluttajia täytyy kuitenkin voida palvella monipuolisesti ja sujuvasti, ennen kuin voidaan painottaa ruokapalvelujen elämyksellisyyteen ja ainutlaatuisuuteen. (Helander 2012, 38.)

## 4 SEINÄJOEN KESÄTAPAHTUMIEN 2013

### TAPAHTUMARUOKAILUPALVELUT- TULOSTEN ANALYSOINTI

Työn tavoitteena oli selvittää mitä ja minkälaisia ruokailupalveluja eri tapahtumissa on tarjolla, sekä minkälaiset yritykset niitä järjestävät. Pääpainon saivat erityisesti tasokkaimmat lämpimän ruoan tarjoajat, mutta pieni otos tehtiin myös pienemmistä ruokapaikoista, kuten grilleistä ja kahviloista.

Työllä pyrittiin saamaan vastauksia myös siihen, miten ruokapalvelujen tuottajat näkevät palvelujen organisoinnin; Mitkä asiat ovat hyvin ja missä on vielä parannettavaa tai löytyy ongelmakohtia. Sekä mistä ja minkälaisesta toiminnasta tapahtumaruokailun kannattavuus on riippuvainen. Asiakkaiden mielipiteistä ruokapalvelujen suhteen oltiin kiinnostuneita. Tavoitteena oli myös tuoda ilmi mahdollisia tapahtumakohtaisia kehittämisehdotuksia.

#### 4.1 Tutkimusmenetelmien kuvaus

Tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi on kerätty kolmenlaista aineistoa. Valtaosa materiaalista kertyi tapahtumissa havainnoiden. Käytössäni oli siis lomake (Liite1), ja kamera joiden kanssa kiertelin tapahtumia, kiinnittäen huomiota ruokapalveluympäristöön, ulkonäköön, tunnelmaan, tuotteisiin, hinnastoon, esillepanoon ja muihin näkyviin asioihin. Käytännössä otin eri tapahtumissa valtavasti kuvia ja jälkikäteen täyttelin lomakkeet kuvien perusteella. Suurin osa materiaaleista perustuu siis tutkijan omiin havaintoihin ja tehdyt analyysit perustuvat niihin.

Toisena menetelmänä käytin sähköpostikyselyä, jonka avulla olin ruokapalveluiden tuottajiin yhteydessä. Tällä tavalla selvitin asioita joita ei pystynyt ulkopuolisen silmin havainnoimaan. Näitä seikkoja olivat mm raaka-ainehankinnat, asiakasmäärät, asiakaspaikat, henkilöstö sekä myös yrittäjien mielipiteet tapahtumaruokailun järjestämisestä.

Kolmantena tiedonkeruutapana käytin haastattelua, jonka avulla kyselin tapahtumissa satunnaisilta ihmisiltä heidän mielipiteitään ruokapalveluista. Käytännössä

menin esimerkiksi Paviljonki- ravintolassa Provinssissa, jututtamaan muutamia asiakkaita, ja kyselin mitä mieltä he ovat mm. paikan tarjoilusta, hintatasosta ja itse tilasta. SeAMK:n viisi restonomiopiskelijaa suoritti Farmarissa asiakastyytyväisyyskyselyn yhtenä koulun projektina, ja sain heidän työstään paljon apua, sillä yksin isomman asiakaspalautteen kerääminen olisi ollut lähes mahdotonta. Tämän vuoksi tyydyin vain satunnaisten ihmisten haastatteluun eri tapahtumissa.

Tapahtumista on kerrottu niiden aikajärjestyksessä, Provinssista Vauhtiajoihin. Ensiksi, jokaisesta tapahtumasta on kerrottu taustatietoa, josta tulee ilmi tapahtuman lähtökohdat ja historia. Sen jälkeen on paneuduttu tasokkaimpiin ruokapalveluihin, joista seuraa muiden pienempien ruokapalveluiden kuvaus. Ruokapalveluiden jälkeen on koottu pieni otos myös satunnaisten asiakkaiden mielipiteistä. Ainoastaan Farmarissa SeAMK:n restonomiopiskelijat suorittivat laajemman asiakastyytyväisyyskyselyn. Viimeisistä kappaleista löytyy tapahtumakohtaisia kehittämis ehdotuksia, sekä ruokapalvelujen tuottajien mielipiteitä tapahtumaruokailun järjestämisestä..

Tapahtumien ruokapalvelut on kuvattu myös excel- taulukossa, tämän pääluvun viimeisessä kappaleessa. Taulukosta saa paremman käsityksen esimerkiksi eri ravintoloiden ja pienempien ruokakojujen tuotteista ja hinnoista.

## **4.2 Provinssirock**

Provinssirock on tunnettu festarikesän aloittajana. Kesällä 2013, oli sen 35. kerta Törnävänsaarella. Tapahtuma on yksi Suomen suurimmista rockmusiikkifestivaaleista. Tapahtuman järjestäjänä toimii SELMU ry, eli Seinäjoen Elävän musiikin yhdistys.

Ensimmäinen Provinssi oli jo vuonna 1979, täysin samassa paikassa. Silloin tapahtuma oli vain yksipäiväinen ja käytössä oli vain yksi esiintymislava. Vuonna 1997 tapahtuma laajeni kaksipäiväisestä kolmipäiväiseksi, ja lavojakin löytyi jo viisi. Tänä kesänä tapahtuma kuitenkin tiivistyy takaisin kaksipäiväiseksi, koska viime vuosi ei ollut tavoitteiden mukainen. Myös tapahtuman järjestämisajankohta siirtyy kahdella viikolla eteenpäin. Iso telta korvaa tänä vuonna päälavan. Tapah-

tumasta tehdään tänä vuonna entistä sisältörikkaampi ja monimuotoisempi. Törnävän puistoalue kokee myös uudistuksia. (Provinssirock tiedote 2013.)

#### 4.2.1 Tasokkaammat ruokapaikat

Yleensä festareilla ja muissakin massatapahtumissa nopeat ruokavalmisteet ovat avainsana. Grillissä valmistuvat makkaraperunat ja muut vastaavat tuotteet kuuluvat osaltaan festarikonseptiin. Kuitenkin monet tapahtumat tarjosivat näiden lisäksi asiakkailleen mahdollisuuden nauttia ruokansa, myös vähän tasokkaimmissa paikoissa. Provinssirokissa oli uusia tulokkaita ruokapalvelujen suhteen, ja ne saivat asiakkailta hyvää palautetta.

**Juurella- ravintola** oli Provinssissa ensimmäistä kertaa. Tarjonta koostui heille ominaisista pienyrittäjien tuotteista, sekä luomu- ja lähiruosta. Ravintola mainosti tarjoavansa hieman erilaisempaa festariruokaa. Ravintola sijaitsee Seinäjoen keskustassa, ja on ollut toiminnassa vasta pari vuotta, mutta siinäkin ajassa paikka on tehnyt itseään tutuksi, ammattitaitoisen henkilökunnan sekä ruoan suhteen. Festarin ajan kyseinen pääravintola oli suljettu, mutta festarin tiskit hoidettiin siellä. Juureilla- ravintola oli aivan päälavakentän vasemmassa reunassa, eli juurikin suurimmassa yleisövirrassa ja sopivalla etäisyydellä päälavasta. Ravintolan logo oli myös esillä valkoisin kirjaimin, mustalla kankaalla. Kangas oli kiinnitetty tiukaksi, kahden kepin otteeseen, ravintolan etuosaan. Ravintola-alue oli varattu katoksella ja yhdellä seinällä, joka piti takanaan toisen ruokapisteen. Paikkoja oli n. 70 ruokailijalle, ja viereisellä alueella oli varattu cocktailpöytiä pelkkien juomien nauttijoille. Pöydät olivat pitkiä ns. pirtinpöytiä pitkine penkkeineen. Pöydät oli katettu kahdeksalle henkilölle. Valkoiset pöytäliinat oli poistettu tuulisen sään vuoksi. Pöytiä koristi kissankello, lupiininkukka- asetelmat, sekä paikkakohtaisesti asetetut aterimet servietin päällä. Ruskea, alle metrin korkuinen puuaita rajasi tilaa, jonka sisään jäivät katoksellinen ravintola-alue, keittiö, juomamyynä, sekä taivasalla olevat cocktailpöydät. Myös roskapisteen ja WC:t löytyivät rajatulta alueelta.



Kuva 1-2. Provinssirock Juurella- ravintola

Menun ja viinilistan asiakkaat saattoivat lukea seinille ripustetuilta liitutauluilta. Ravintolassa vallitsi rento ja tiivis tunnelma. Syödessään saattoi katsella tai ainakin kuunnella lavalla esiintyviä artisteja. Kokit touhusivat aivan ruokailijoiden lähettävillä pienellä korokkeella hellojensa takana, jolloin heidän työskentelyään pystyi tarkkailemaan. Henkilökuntaa oli yhteensä n. 15 henkilöä, joka oli jakaantunut saliin ja keittiöön, työvuoroajankohdasta riippuen.

Juurella ravintolan menu- oli suunniteltu vain Provinssia varten. Osaa annoksista oli testattu syksyn ja kevään aikana pop-up ravintoloissa, ja tehty tarvittavia muutoksia. Alkuruokana Juurella-ravintolassa oli mahdollisuus nauttia Provinssin Epaksia, joka sisälsi savustettua särkeä, vuohen gruyere- juustoa, luomupippurihärkää ja porkkanaleipää. Pääruokavaihtoehtoisissa oli kesäsalaattia, päivän kalaa, grillattua kanaa, ylikypsää possua, kasvispaistosta, härän ribsejä, hot rock- leipää sekä maalaismunakasta. Jälkiruokaksi oli mahdollisuus nauttia marjoja ja tuorejuustoa, joka piti sisällään tuorejuustovaahtoa, marjojen ja karamellisoidun saaristolaisleivän kera. Listan suosituin annos oli ylikypsä possu sekä hot rock- leipä. Ruokajuomanaan asiakkaat nauttivat viiniä olutta ja vettä. Annoksia tarjottiin puualustoilta.



Taulukko 1. Juurella- ravintola

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATA-SO	HENKILÖKUNTA
FESTIVAALIKENTÄL- LÄ KATOKSELLINEN, SIISTI JA AIDATTU RAVINTOLA/ BAARI ALUE 8 HLÖ KATETUT PIRTIN- PÖYDÄT  ALUEELLA RAVINTOLAN OMAT WC:T	RENTO RAVINTOLA  ASIAKASKUNTA N. 25- 35 VUOTIAITA  ASIAKASPAIKKOJA 70  + COCTAILPÖYDÄT	LÄHIRUOKAA  ALKURUOKA  PÄÄRUOKA JÄLKIRUOKA  A-OIKEUDET  MYÖS TAKE-AWAY MAHDOLLISUUS	  9,50 € 9-  24 €  4,50 €	15 HLÖ KEITTIÖ/SALI  OMASTA VUOROSTA  RIIPPUEN

Suurimmaksi osaksi asiakaskunta koostui nuorista tai nuorista aikuisista. Ravintolan sijaintiin ravintoloitsijat olivat tyytyväisiä. Ravintolassa viihdyttiin kerrallaan n.45min. Myös take way, eli ruoan mukaan oton mahdollisuus oli huomioitu, ja jonkin verran ihmiset tähän tarttuivatkin. Ravintoloitsijan mielestä TA-piste oli kuitenkin väärässä paikassa, ja seuraavan kerran, se tulee huomioida paremmin ja sijoittaa yleisön nähtäville, kulkuväylän läheisyyteen. Seuraavalla kerralla myös astiahuolto sijoitettaisiin samalle alueelle. Kuluja festivaalin aikana meni raaka-aineisiin, vuokralla olleisiin keittiölaitteisiin, tarvikkeisiin, henkilöstöön ja kaasuun. (Sähköpostikysely Juurella Oy.)

Vanha tuttu **Paviljonki- ravintola** veti myös hyvin asiakkaita a'la carte tarjonnallaan. Nimen takana kulkeva Savon Mafia saapui Hämeenlinnasta ruokkimaan Provinssikansaa jo viidettä kertaa. Yritys järjestää erilaisia tilaisuuksia ja juhlia kaikenkokoisille ryhmille. Tilaisuuksia voivat olla mm. merkkipäivät, häät, yritysten edustustilaisuudet tai festivaalit. Heidän palvelunsa kattavat tarvittaessa kaiken kalusteista pöytäliinoinhin ja kokeista tarjoilijoihin. He toimittavat tarvittaessa myös juhlateltan, astiastot, äänentoistot ja tarvittaessa myös esiintyjät. Provinssirockissa he vuokraavat Paviljongin tilat itselleen, ja hoitavat siellä tapahtuvan ruokatarjoilun. Ulkopuolelle rakennettu keittiö mahdollistaa koko sisätilan käyttöönoton pelkästään asiakkaille. Henkilökunnan vaatetukseen kuuluivat mustat housut ja valkoinen paita.

Paviljongin sijainti oli Törnävänsaaren sydämessä. Pyöreää valkoista rakennusta

ympäröivät isot ikkunat, jotka loivat saliin valoa ja avaraa tunnelmaa, korkealle kohoavan katon kanssa. Tietenkin myös kattauksiin ja yleiseen somistukseen oli panostettu. Tällä kertaa sisutuksesta oli vastannut Seinäjoen Ammattikorkeakoulun Kulttuuripuolen opiskelija, joka oli saanut toteuttaa tilaan sisustussuunnitelman, vastaavan henkilön avustuksella. Tavoitteena sisustuksessa oli ekologisuus, kierätysmateriaalit, edullisuus, sekä suunnitelman nopea rakentaminen ja purkaminen, mutta myös käyttäjälähtöisyys.



Kuva 3-4. Provinssirock Paviljonki- ravintola

Paviljongin korkealle nousevasta katosta roikkui erivärisistä kankaista tehtyjä kolmiolippunauhoja, tuoden tilaan lastensynttäräkutsujen tyylistä tunnelmaa. Katosta roikkui myös paperipallovalaisimia, joissa ei kuitenkaan ollut valoa, mutta sopivat tilan sisustukseen. Pitkät pöydät olivat katetut ja valkoisten liinojen peittämät. Pinkit servietit sopivat ylälmoissa roikkuvien viirien värimaailmaan. Vanhoihin viinipulloihin asetellut neilikat toimivat pöytien kukka-asetelmina. Rakennuksessa sijaitsevalle näyttämölle oli asetettu kolme maalaustelinettä, joihin oli asetettu liitutaulut menuiksi, mutta myös pöytään saapuessaan, menu annettiin luettavaksi. Palvelu toimi kuin kivijalkaravintolassakin, joten festariravintolaksi paikka oli hyvin yllellinen. Asiakaspaikkoja Paviljongista löytyi 150. Ikärajaksi ravintolalle oli asetettu 22-vuotta, joten paikan asiakaskunta koostuikin 30–50 vuotiaista festarikansalaisista. Ehkä myös rauhallisempi ja suojaisampi sijainti houkutteli vanhempaa väkeä ravintolaan, sekä heidän mahdollisuutensa panostaa vähän parempaan ruokailuun. Asiakkaiden ruokailun kesto oli noin tunnista puoleentoistatuntiin. Yritykset olivat

ostaneet ravintolaan kutsuvieraspaketteja, jolloin seurueet saapuivat syömään joko ennen jotain tiettyä esiintyjää, tai sen jälkeen. Paviljongin tarjonnasta löytyi myös brunssikattaus klo 14–17. Sen hinta oli 16€ /hlö. Tarjolla oli erilaisia salaatteja, mm Ilmajoen Makkaramestarien pastasalaattia, makkarapaistosta, lohta, kasviscurryä sekä tietenkin suklaakakkua ja hedelmäsalaattia.

Menussa oli valinnanvaraa alkuruoasta jälkiruokaan, ruokajuomien kanssa. Hintaluokka oli ravintolatasoa. Menu oli suunniteltu tapahtumaa varten, ja räätälöity tarpeiden mukaan. Alkuruokina oli viherversosalaattia, juustoportin luomu leipäsaalaattia, savumuikkumoussea, Suupohjan perunalaakson perunoista valmistettua perunasalaattia, savuporotartar ja ruisleipää, Ilmajoen makkaramestarien palvaamaa possuniskaa, Suupohjan perunalaakson perunoista valmistettua perunasalaattia, bbq- majoneesia. Alkuruokien hinnat olivat 6,80–9,80 €. Pääruoaksi oli mahdollisuus nauttia; kasvistortelliinia, hollandaisea, ja paahdettua kevätsipulia, sienipolentaa ja ratatouillea, suupohjan juureksilla täytettyä kananrintaa ja sienipolentaa ja ratatouillea, Poronkäristystä, perunamuhennosta, puolukkahilloa ja suolakurkkua, miedosti savustettua lohta; Suupohjan perunalaakson varhaisperunaa ja kevätsipulikastiketta, ylikypsää Koivunotkan villisian kylkeä, paahdettua Suupohjan perunaa ja bbqkastiketta, pippuripihvi naudan sisäfileestä, valkosipuliperunaa ja jaloviina-pippurikastiketta. Pääruokien hinnat olivat 17,80–27,80 €:n välimaastossa. Jälkiruoaksi asiakkailta oli mahdollisuus valita suklaakakkua, Alajärven mansikoista valmistettua mansikkamoussea, vaniljapannacotttaa ja mustikkamelbaa tai Juustoportin juustoja ja viikunahilloketta. Jälkiruokien hinnat olivat 6,60–7,60 €. Suosituin annos alkuruoista oli Leipäjuustosalaatti ja pääruoista villisika.

Taulukko 2. Paviljonki- ravintola

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
IKKUNOIDEN KIERTÄMÄ VALKOINEN, PYÖREÄ RAKENNUS	FIINIMPI,AVARA,VALOISA JA RAUHALLINEN TILA	LÄHIRUOKAA  BRUNSSI	16 €	N. 20 HLÖ KEITTIÖ/SALI VUOROSTA RIIPPU- EN
ULKOPUOLELLA BAARI PANOSTETTU SISUSTUKSEEN	VANHEMPAA ASIAKAS- KUNTAA	ALKURUOKA	6,80- 9,80 €	
K-22	ASIAKASPAIKKOJA 150.	PÄÄRUOKA	17,80–27,80 €	
		JÄLKIRUOKA A-OIKEUDET	6,60–7,60 €	

Paviljongin ruokalista oli myös suunniteltu Provinssia varten. Näin siitä saatiin paikan tavoin yksilöllinen ja toiveiden mukainen. Suurin osa raaka-aineista tuli paikallisilta/ lähituottajilta. Tuotteita tuli mm. Juustoportilta, Ilmajoen makkaramestareilta, sekä Heinosen tukulta. Leipäjuustosalaatti oli alkuruuista suosituin, pääruuista taas villisika oli ihmisten mieleen. Annoksia meni Provinssin aikana n.2000 kpl. VIP-paketteja myytiin ennakoon n. 500kpl. Paviljongin käytössä olleet laitteet olivat kaikki heidän omiaan. Kuluja meni henkilökuntaan, sähköihin, matkaan, majoituksiin sekä kaasuun. (Karvinen 2013.)

#### 4.2.2 Muut ruokapalvelut

Provinssissa kansaa ruokittiin mm. eteläpohjalaisella perinneherkulla, kropsulla. Paikka kantoi nimeä **Kropsula**. Tarjonnan takana olivat Maa- ja Kotitalousnaiset, ”Kaiken, Kropsulankin takana on nainen”- luki Maa- ja Kotitalousnaisten logon alla. Itse kropsua he eivät kuitenkaan valmistaneet, vaan se tuli Seinäjoen Pirjon Pakarilta. Erityisruokavalioita noudattaville, esim keliaakikolle, tai muna-allergiasta kärsivälle tuote ei sopinut. Kropusula (local pancakes) nimellä kulkenut konsepti, oli Provinssissa ensimmäistä kertaa. Paikka sijaitsi myös aivan pääalavan tuntumassa, ja sille oli varattu oma pieni, kolmella seinällä ja katolla varustettu teltta. Varsinaisia pöytiä ei syömistä varten oikein ollut. Muutama cocktailpöytä oli tilaan varattu sekä roskis. Tila jakaantui melkein puoliiksi palvelutiskin ja asiakastilan kanssa. Paikan seiniä koristi kokopitkät mustavalkoiset lakeuden latomaisemakankaat. Kropsua oli saatavilla makealla mansikkarahkatäytteellä, tai suolaisella salmiakki-rahkatäytteellä. Mansikkavaihtoehto sisälsi rahkaa, kermaa, mansikkahilloa, sekä mansikkarouhetta. Salmiakkitäytteessä käytettiin rahkan ja kerman lisäksi Pöyrö-pulveria, eli salmiakkijauhoa, sekä lakukastiketta, Ilmajoen Namituvalta. Kropsut annosteltiin suorakaiteen muotoisiin pahvilautasiin, joissa oli vähän reunaa. Tämä oli tukevampi syömaalusta, normaalin pahvilautasen sijaan. Kropsun lisäksi asiakas saattoi ostaa myös kahvia, teetä, trip- juomaa, limsaa sekä Pöyrö-pulveria.

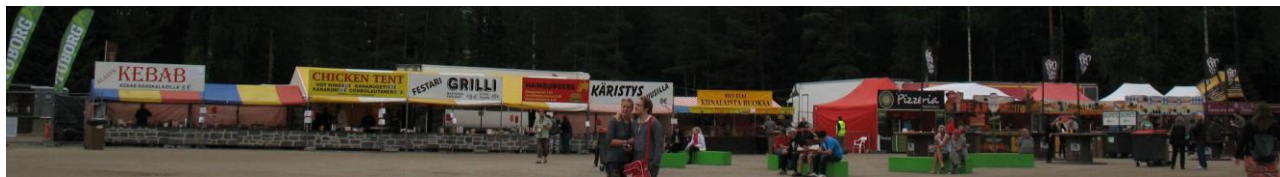
Kropsulasta huolehti paikanpäällä kaksi henkilöä. Lisäksi yksi henkilö valmisti rahkatäytteet, sekä tuurasi tarvittaessa. Ns. kokeilukerta, ei tuottanut suurtakaan voittoa, vaan tuotto oli lähinnä +-0. Kuitenkin hyvää harjoitusta se oli. Kuluja meni raa-

ka-aineisiin, suunnitteluun, kylmlaitteisiin, myyntikalusteisiin, kahvinkeittimeen, pöytiin, myyntipaikkaan, työkustannuksiin, keittiön tilavuokraan, koristeluun, sekä somistukseen. (Asunmaa 2013.)



Kuva 5-6. Provinssirock: Kropsula, Provinssirock: Kahvi- ja Paninivaunu.

Provinssista löytyi edellä mainittujen ruokamahdollisuuksien lisäksi myös **Savon mafian grilliruokapisteet**, joista tarjontaa löytyi hampurilaisista erilaisiin kana-annoksiin, grilliruokaan sekä kebabiin. Kaikki grillipisteet sijaitsivat pääasiassa päälavakentän ympärillä. Valikoimasta löytyi myös **Paniinia, Kulta Katriinaa, Thai-ruokaa, Kiinalaista ruokaa, Pizzeria, Dead Burrito, King's Kebab, Makkaragrilli (makkaraperunaa, nakkimukia, burgeria, kanakori)** sekä muutamia **Hod Dog-kärryjä**.



Kuva 7. Provinssirock Grillipisteet

Juomateltoja alueelta myös löytyi. Erilaiset nimet houkuttelivat väkeä tutkimaan varmasti jokaisen juomamahdollisuuksia tarjoavan paikan. Paikkoina oli mm Kestilä Bar, Rumbaari, BrykäriPub, Olutterassi, Tuborg Pub, Bäckäribaari, Saariravintola "SkutsiPubi", sekä tietenkin Juurella ja Paviljonki ravintoloiden juomatarjonta. Lähes kaikista sai olutta, siideriä, Long Drinkkiä sekä väkeviä juomia. Joissakin paikoissa erikoisuutena olivat erikoiset tuontioluet tai Sinebrychoffi.

#### 4.2.3 Asiakkaiden mielipiteet

Provinssissa Juurella- ravintola sai uutena festariruokapalveluja tuottavana, tokikin jo parisen vuotta vanhana ravintolana suurta huomiota. Ihmisten mielestä se sopi loistavasti Provinssin konseptiin, ja tulisi kuulua siihen jatkossakin. Sopivan rento tunnelma, sekä hyvä sijainti, ruokaa ja juomapuolta tietenkään unohtamatta, sai ihmiset tähän festariravintolaan. Yleisesti hinta-laatusuhde koettiin hyväksi. Suosituin annos oli ylikypsäpossu, sekä Hot Rock-leipä, joita ihmiset nauttivat ravintolan ulkopuolella. Sateinen sää ei välttämättä ollut paras mahdollinen asiakkaitten mukavuutta ajatellen, mutta siltikin katoksen alla ruokailijat viihtyivät. Hyvää palvelua arvostetaan samalla tavalla festariravintolassa, kuin tavallisessakin ravintolassa. Joidenkin mielestä esiintyjien aikana ruokaileminen oli vähän liian meluisaa. Itse ruokailualue koettiin kuitenkin sopivaksi ja palvelu ystävälliseksi.

Paviljonki veti myös hyvin asiakkaita. Asiakkaat iloitsivat rauhallisesta ja suojaisasta ravintolatunnelmasta, sekä nauttivat pöytiintarjoilusta, että maistuvasta, monipuolisesta ruoasta. Asiakkaat pitivät myös brunssitarjoilua mahtavana, mutta kovin moni ei silti tarjontaan tarttunut. Jotkut haastateltavat kritisoivat korkeita hintoja, mutta ruoka sai pelkkää positiivista palautetta. Ihmiset olivat tyytyväisiä lähituottajien, ja paikallisten tuotteiden käytöstä. 22- vuoden ikärajaa ei koettu haittaavaksi tekijäksi.

Kropsulaan ihmiset päätyivät suurelta osin uteliaisuudesta, mutta monet lähtivätkin sieltä kropsun kanssa. Salmiakin makuista täytettä vierastettiin, mansikka oli varma valinta. Jotkut kertoivat odottaneensa suolaiselta täytteeltä jotain muuta, kuin salmiakkia, esimerkiksi jonkinlaista tuorejuusto-kala sekoitusta. Eräs kropsun maistaja piti salmiakkitäytteen ideaa mielenkiintoisena ja uutena, mutta ei söisi samaa uudestaan.

Grillipisteiden asiakkaat olivat hyvin vähäsanaisia annoksistaan, useimmat kertoivat tietäneensä varmasti mitä saavat, joten siksi päätyivät esim. kebab-ranskalaisiin. Hintaluokkaa pidettiin myös normaalina ja sopivana. Grillipisteiden asiakaskunta koostui pääasiassa nuoremmista festarikävijöistä.

#### 4.2.4 Kehitysehdotukset

Provinssissa oli ruokatarjontaa laidasta laitaan. Ne jotka halusivat perinteistä grilliruokaa, varmasti sitä saivat, ja he, jotka kaipasivat vähän parempaa ruokaa, saivat myös syödäkseen. Ensi vuotta ajatellen, ja yleisön suosiosta päätellen Juurella-ravintolan tulisi isontaa tilojaan. Tapahtuma tiivistyy kylläkin vain kahteen päivään, mutta uskon että rento tunnelma houkuttelisi ravintolaan väkeä enemmän. Enemmän ruokailutiloja voisi myös löytyä grillipisteiden asiakkaille.

Ruokapisteet kaipaisivat myös enemmän mainostusta. Provinssista julkaistiin lehti, joka piti siis sisällään hinnastoa, ohjelmistoa, aluekarttaa, ravintolamaailmaa sekä artistien esittelyjä ja paljon muuta. Juurella- ja Paviljonki- ravintola, sekä Kropsula olivat saaneet huomiota lehdessä, yhdessä monien juomaravintoloiden kanssa. Kuitenkaan muusta ruokatarjonnasta lehdessä ei ollut minkäänlaista mainintaa. Mielestäni hekin olisivat ansainneet paikkansa. He tarjoavat kuitenkin myös omanlaistaan ruokaa, esimerkiksi Dead Burrito, joka tarjoaa meksikolaistyyllisiä burritoja, ilman minkäänlaisia puolivalmisteita. Kaikki tarvittava valmistetaan siis itse, paikanpäällä. Kuvat ja kunnolliset kuvaukset, antaisivat ihmisille enemmän. Plussaa tietenkin olisi, jos ravintoloiden menunakin näkisi esittelylehdestä. Tietenkin tarjonnat saattaa vielä vaihdella lehden jakelun ja tapahtuman välillä, mutta jotain ruokalajeja ja mahdollisesti paikallisten yrittäjien tuotteista voisi mainita.

Paviljongissa kaikki muu oli mielestäni hyvin suunniteltu, mutta sisääntulo olisi saanut olla vähän kutsuvampi. Myös menu olisi voinut näkyä ulkopuolella, sisäänkäynnin tuntumassa.

Hiltusen mukaan (2005, 27.) kalliita ruokatarjoiluun liittyviä ratkaisuja tulee miettiä huolella, sillä myynti saattaa jäädä vähäiseksi, jos asiakkaalle ei pystytä osoittamaan mitä muuta lisäarvoa hän samalla hinnalla saa. Paviljongissa ja Juurella-Ravintolassa pystyttiin ainakin osoittamaan, mitä kaikkea muuta ruoan lisäksi hintaan sisältyy. Ravintolat tarjosivat pöytiintarjoilun, iloisen asiakaspalvelun, mielenkiintoiset puitteet, tasokkaat ruoat sekä varmasti uusia makuelämyksiä. Mukavuudesta ollaan valmiita maksamaan!

Ravintoloiden tulisi enemmän korostaa ja mainostaa myös paikanpäällä omia ar-

vojaan sillä Helanderin (2012, 27.) mukaan ihmiset tekevät valintojaan omien arvonsa pohjalta, joilla he myös määrittävät maailmankuvansa. Ihmiset etsivät palveluja, jotka tukevat heidän arvomaailmaansa, ja näitä ovat esimerkiksi ekologisuus, luomu ja lähiruoka.

Mielestäni juurikin Provinssi, kaikista Seinäjoella järjestettävistä tapahtumista olisi se, minne restonomit voisivat perustaa oman pop up- ravintolansa. Tarjolla olisi helposti valmistettavia annoksia ja raikkaita smoothieita sopivin hinnoin. Ravintolassa saisi olla myös hyvin suojaisaa ruokailutilaa, ja seinillä voisi roikkua koulutuksen varrelta napattuja valokuvia, varsinkin keittiön puolelta, erilaisista teemapäivistä, annoksista ja yleisestä hyvästä meiningistä.

Provinssi eli ihmisten juhla, voisi pitää sisällään myös palan teatteria. Harrasteliija-teatterin pienet esitykset voisivat tulevaisuudessa tuoda tapahtumaan uudenlaista väriä. Pienet sketsipätkät olisivat varmasti ihmisten mieleen.

### 4.3 Farmari

Farmari järjestettiin heinäkuun alussa, 2013 Seinäjoella. Tapahtuma oli Pohjanmaan 150-vuotisjuhlanäyttely. Viimeksi tapahtuma järjestettiin vuonna 2006. Viime kertaan verrattuna näytteilleasettajia oli ennätysmäärä, ja osastot olivat suurempia. Tapahtuma kesti neljä päivää, keskiviikosta lauantaihin (3.-6.7.2013). Seinäjoelle järjestetty Farmari-näyttelyalue nousee Suomen hienoimpien joukkoon, sillä nostalginen jokimaisema, ja sen rannalla laiduntava karja, antaa oikeanlaisen tunnelman. Maatalousnäyttely tarjoaa kaikenlaista nähtävää koko kansalle, koska siellä on esillä koko ruokaketju, aina pellolta pöytään asti. Maatalousnäyttelyssä esitellään maatalouteen ostettavia maatalouskoneita, siemeniä, eläimiä, lannoitteita, rakennusratkaisuja sekä paljon muita palveluja maataloihin liittyen. Farmarissa halutaan tuoda esille suomalaisen elintarviketuotannon vahvuuksia kaikille niille, joilla on tapana syödä. (Farmari Katalook 2013.)

Tänä vuonna ruokapalvelujen suhteen, myös muillakin, kuin vain Maa- ja Kotitalousnaisilla ja Areenan ravintoloitsijalla oli lupa ruokamyyntiin. Ruokaprovinssikadul-



la sai kuitenkin myydä vain eteläpohjalaisia tuotteita.

Sita Suomi Oy, huolehti alueella siitä, että erilaisille roskille oli alueella paikkansa. Sita Suomen roskiksia oli ympäri aluetta. Esimerkiksi pääporttien läheisyydessä oli pahville, paperille, kaatopaikkajätteelle, metallille, lasille ja energijätteelle omat kierrätysastiansa.

#### 4.3.1 Tasokkaammat ruokapaikat

Farमारikävijöillä oli mahdollisuuksia valita ruokapaikkansa suhteen. Lounasbuffetin tarjosi Pääravintola **Farmari-ravintola**, jossa paikkoja riitti 500 asiakkaalle. Ravintola oli pääosin punavalkoraidallisen teltan suojissa, joten syödessään paahtavalta auringolta saattoi saada hetken rauhan. Pöydät olivat hyvin pitkiä, ja valkoisia muovituoleja oli vierä vieressä. Alue oli aidattu metalliaidalla.



Kuva 8. Farmari Pääravintola

Ruokalista oli nähtävillä sisään tulon luona. Aikuisille buffet maksoi 11 €, ja lapset saivat saman puoleen hintaan. Alle seitsemän vuotiaat, vanhemman seurassa ruokailivat ilmaiseksi. Ruokailijat kävivät tähän ravintolaan, ja useasti niitä käyttivät näytteilleasettajat. Edellisvuosina Farmarissa on käytetty ruoanjakelua, mutta tällä kertaa kokeiltiin buffetlinjastoa, jonka ansiosta hävikin määrä vähenee. Linjastoja oli kaksi, ja niiden läheisyydessä oli Maatalousnaisten "keittiöpiste", josta he täyttelivät tyhjenevää tarjontaa. Ruokalistalta löytyi parsakaali- pinaattipihviä, kirjolohi- pihviä, porsaansuikalepataa, perunasosetta, kesäistä raastetta, kermaviilikastiket-

ta, sekä ruokajuomina maitoa ja vettä.

Taulukko 3. Farmari- ravintola

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
ISO VALKOPUNARAI- DALLINEN TELTTA KAKSI LINJASTOA PITKÄT PÖYDÄT JA YKSITTÄISET TUOLIT METALLIAIDOILLA AIDATTU ALUE BAARI	AURINGONSUOJA VARSINKIN PERHEET RUOKAILIVAT TÄÄLLÄ  RUOKAA SYÖTIIN TYYYTYVÄISINÄ ASIAKASPAIKKOJA 500	BUFFETLOUNAS  TUOTTEET: ATRIA, VALIO  SAMA RUOKALISTA KOKO VIIKON	AIKUISET 11€ LAPSET 7-16 v 5,50€ ALLE 7v ILMAISEKSI	TALKOOVÄKEÄ N.20

Ruoat olivat Atrialta, Valiolta, Tukkutalo Heinoselta, Kauhajoen LaatuLeipureilta sekä Lapuan Leivältä. Esivalmistelut ja ruokien kuumennus tapahtui Lukion tai Sedun tiloissa. Ruokat kuljetettiin paikanpäälle kuuma- ja kylmäsäilytyslaatikoiden avulla. Ruokalista pysyi samana koko farmarinviikon. Roskapisteitä löytyi sopivasti joka puolelta. Teltasta löytyi myös alkoholia tarjoava tiski. Talkooväkeä ravintolassa oli noin 20 henkilöä.

**Elinkeinotalolla** oli myös mahdollisuus ruokailuun. Ruokapaikka kulki nimellä **Trahteer**i, jonka arvoiksi lukeutuivat suomalaisuus, paikallisuus ja itse tekeminen. Trahteerin emäntä Hannele Laurila kommentoi Farmari Katalookissa ruokapaikkaa seuraavasti: ”Ruoat tehdään itse lähialueen raaka-aineista ja lisäksi käytämme myös luomutuotteita. Nimi Trahteer tarkoittaa eteläpohjalaisittain komeita tarjoiluja. Farmarin aikaan Trahteer palvelee pikkuisen parempana ruokapaikkana, jonka tarjoilu on rakennettu erityisesti paikalliseen eteläpohjalaiseen ruokaan tukeutuen”. (Farmari Katalook 2013, 21.)

Trahteer oli avoinna farmariviikolla 11:00–15:00. Hintaa lounaalla oli 22 € ja lapsille 11€. Koko viikon ruokalista oli nähtävillä sisäänkäynnin edustalla. Lähiruoka menu- nimellä kulkenut ruokalista piti sisällään mm. keittoa kurikkalaisesta vuohenjuustosta ja tomaateista, Nurmoon rosvofilettä pippurisoosilla, haukimurekepihviä Soinista tai pataa Ilmajokisesta Simmental-naudasta. Hintaan sisältyi myös paikalliset ruokajuomat, seinäjokiset leivät, sekä jälkiruoaksi kahvia tai teetä ja keksistä mansikkaraparperikiisseliä tai jalasjärvisestä talkkunasta loihdittua herkkua. Ruokatarjonta vaihteli päivittäin ja menu olikin suunniteltu juuri Farmaria varten.

Trahteerissa oli mahdollisuus ruokailla joko sisällä tai ulkona. Monet kuitenkin valitsivat viileämmän sisätilan, jossa pitkät valkoisilla liinoilla katetut pöydät kukkaasetelmineen, täyttivät koko salin. Trahteerissa oli yhteensä 100 asiakaspaikkaa. Tapahtuman aikana asiakkaita kävi noin 1600 henkilöä. Asiakaskunta koostui pääasiassa perheistä ja keski-ikäisistä pariskunnista. Paikka tuntui olevan hyvin ruuhkaherkkä, jolloin linjastolla jonottavat ja astioitaan palauttavat ihmiset risteilivät.

Kuluja elinkeinotalolta meni normaalitoiminnan lisäksi, pöytä- ja tuolivuokraan, kylmätilavuokriin sekä kahteen keittiötyöntekijään. Henkilökuntaa ravintolassa oli neljä. (Välisalo 2013.)

Taulukko 4. Farmari Elinkeinotalon Trahteerin

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
SISÄ- JA ULKOTILAA TILAVA PITKIÄ VALKOLIINAISIA PÖYTIÄ  PARISKUNTIA	RAUHALLINEN YMPÄRISTÖ  RUUHKAUTUI HELPOSTI  PERHEITÄ/KESKI-ikäisiä ASIAKASPAIKKOJA 100	LÄHIRUOKAMENU  TARJONTA VAIHTELI PÄIVITTÄIN	AIKUISET 22€ LAPSET 11€	4 HENKILÖÄ

**Lukiolla** oli oma ruokalansa, joka oli tarkoitettu lähinnä talkooväelle, ja muille alueella työskenteleville näytteilleasettajille ja työntekijöille. Paikka oli avoinna 11.00–14.00. Hintaa lounaalla oli 10 €. Hintaan sisältyi lämminruoka, lisäkesalaatti, leipä ja juomat. Lähtiessään mukaansa sai kahvin ja pullan. Ruokalista vaihtui päivittäin. Sisään ja ulos kulkeminen tapahtui eri kautta, joten tungosta ei ollut sen suhteen. Lukio tarjosi myös aamupalaa talkooväelle klo: 8:00–9:30, keskiviikosta sunnuntaihin.

Taulukko 5. Farmari Lukion talkooruokala

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
TAVALLINEN KOULUN RUOKALA ASIAKKAAT KÖKKÄ-VÄKEÄ TAI MESSU-JÄRJESTÄJIÄ SISÄÄN JA ULOS-KÄYNNIT ERIKSEEN	EI RUUHKAA  ASIAKASPAIKKOJA 100	LOUNAS  AAMUPALA VAIHTUVA RUOKALIS-TA	10€	N. 10 HLÖ

**Areenan Fazer Amica** pyöri myös normaaliin tapaan. Asiakkaita tuntui riittävän. Lounaan hinta oli 12 €, keitto 8 €, ja myös täällä valikoima vaihtui päivittäin. Farmariviikon perjantaina lista tarjosi lohikeittoa, kasviskääryleitä, broileri-pekoniastiketta ja karjalanpaistia. Lounasta tarjottiin klo: 10:30–17:00. Koko viikon lista oli näkyvillä oven suussa. Ravintolalla oli myös aurinkoterassi, sekä A-oikeudet. Asiakaspaiikkoja ravintolassa oli n. 300.

Taulukko 6. Farmari Fazer Amica

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
TAVALLISEN NÄKÖ-NEN ISO RUOKALA  LINJASTO KUUMALLE JA KYLMÄLLE	SUJUVA LINJASTO VIILEÄ JA TILAVAA  ASIAKASPAIKKOJA 300	LOUNAS KEITTO  KAHVILAPALVELUT AURINKOTERASSI A-OIKEUDET	12€ 8 €	KOLME HENKILÖÄ

Maa- ja Kotitalousnaisten **Soppalat** keräsivät myös hyvin ruokailijoita. Soppalat olivat osa kahviota tai grilliä. Tarjolla oli päivittäin soppaa, kahvituotteet sekä grilli-tarjontaa, josta löytyi a-trian käristettä ja makkaraperunoita. Soppaloita löytyi Farmari- alueelta kaksi. Toisesta Soppalasta löytyi myös baari. Pitkät pöytäryhmät, valkoisine muovituoleineen olivat lähes kaikki valkopunaraiteisen teltan varjossa. Henkilökuntaa soppaloissa 5-6.



Kuva 9. Farmari Konekeitaan Soppala

Atrian valmiskeitto lämmitettiin Lukiolla ja kuljetettiin isolla soppakärryllä tapahtuma-alueelle. Annokset tarjoiltiin pahvilautasilta. 1500–2000 annosta per päivä. Kierrätysastiat pulloille ja roskikset pahvilautasille olivat hyvin esillä. (Asunmaa 2013.)

Taulukko 7. Farmari Konekeitaan Soppala

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
VALKOPUNARAIDAL-LINEN TELTTA TALLATTU HEINÄLATTIA PITKIÄ PÖYTIÄ VALKOISET MUOVI-TUOLIT	SEKAVA, TARJOILU PISTEITÄ LIIKAA  ASIAKASPAIKKOJA 150	SOPPAA (ATRIA) PYTTIPANNUA MAKKARAA SÄMPYLÖITÄ, PULLAA  KAHVIA, TEETÄ LIMSOJA	6 € 6 € 2 € 4€, 2,50€  2 € 3 €	2-3 HLÖ/PISTE

#### 4.3.2 Muut ruokapalvelut

Farmarissa ruokatarjonnasta piti pääasiassa huolen Maa- ja Kotitalousnaiset useilla pisteillään, sekä Areenan ja Elinkeinotalon ravintolat. Ruokaprovinssikadulla, elintarvikealanyrittäjät pitivät huolen siitä, että farmarikävijöillä oli mahdollisuus tutustua eteläpohjalaisiin tuotteisiin, kuten vaikkapa kyyttömakkaraan. tuotteilla. Valikoima oli hyvin monipuolinen, ja valikoimasta löysi varmasti mieluisensa ruokapaikan. Pääsääntöisesti ihmismassaa ruokkivat suuremmat ruokapaikat, mutta

myös pienemmistä ruokapisteistä esim. Ruokaprovinssikadulta ihmiset saivat syödäkseen.

**Pottula-Grilli** oli yksi Maa- ja Kotitalousnaisten järjestämistä grilleistä. Teltta oli kookas, ja sen suojissa touhusi 3-4 naista. Täältä oli mahdollista saada grillilautanen, hevosenmakkaraa, kyyttömakkaraa, sekä juomina limsaa ja vettä. Hintaluokka oli 2-10 €:n välillä. Koju olisi kaivannut pöytäliinoja, jolloin tavaraa olisi saanut sen suojiin piiloon ja tila olisi selkeytynyt. Hinnasto olisi saanut olla paremmin esillä. Tuotteet grillille tulivat joko tukusta, tuottajilta tai Atrialta.

**Rantalan Liha** Kauhajoelta, tarjoi tuotteitaan isosta valkoisesta teltasta, jonka yläreunassa oli heidän logonsa hyvin esillä. Lämpövitriinit olivat asiakkaiden puolelle, joten tarjonnan saattoi nähdä jo siitäkkin. Rantalan Lihalta löytyi kinkkuperunannoksia lihapullilla, muikkuja, grillimakkaraa, kasslerpihviä sekä limsaa ja vettä. Hintaluokka oli 2-10 €:n välillä.



Kuva 10–11. Farmari Pottula- Grilli ja Rantalan Liha

**Paistetut muikkuja** oli myös tarjolla. Saatavilla oli isompi ja pienempi annos, sekä muikkuja ranskalaisten kanssa. Hintaluokka oli 7-10€. Trip-juomaa ja vettä löytyi myös. Paikka oli tilava, kahdelle isolle paellapannulle ja myyjälle. Käsintehdyt hinnastot lukivat näkyvästi teltan seinillä. Koju oli jokseenkin askeettisen näköinen.

**Sekalaisen grillikojun** valikoimasta löytyi bratwurstiperunoita, makkaraperunoita, paistettuja muikkuja, muikkua ja perunasavuauralohiannos, pariloitulohi-annosta, kala-lautasta. Annoksien hinnat olivat 7-12 €. Kojun etuosaa koristi kojun mittainen järjvimaiesema juliste. Annoksien kuvat ja hinnat olivat hyvin esillä yläreunassa, A4

kokoisin paperein.



Kuva 12–13. Farmari Muikkukoku ja Sekalainen Grillikoju

**Ekoviljelijöiden Luomupurilaiset** tarjosivat niin liha, kuin kasvisvaihtoehdonkin. Saatavilla oli myös luomumehuja, sekä maisteltavana juustoportin Kittijuustoa. Asiakkaiden puolella puisella tuolilla oli heidän hinnastonsa liitutauluun kirjoitettuna. Sinisen pienen kojun seiniltä löytyi pari luontoaiheista kuvaa. Hampurilaiset maksoivat 5€, kananmuna tai juustolisäke 1€. Tarjolla oli myös maitoa, mehua ja vettä.

**Pottupuoti** piti sisällään chipsejä. Ne eivät olleet kuitenkaan mitään tavallisia, vaan chipsit oli porattu perunasta porakoneen ja pitkän kierteikkään terän kanssa. Chipseissä käytetyt mausteet oli ilmoitettu ja ne sisälsivät suolaa, chiliä, yrttiä, valkosipulia sekä grillimasutetta. Iso annos maksoi 6 € ja pieni 4 €. Niiden kaveriksi oli mahdollista valita myös dippi, 1 € lisähintaan. Vaihtoehtoja löytyi salsa, tsatsiki ja juusto. Jo itse myyntikärri sai uteliaammat luokseen, sillä kärri muistutti saksalaistyylistä taloa.





Kuva 14–15. Farmari Ekoviljeliöiden Luomupurilaiset ja Pottupuoti

**Churro Sweet & Salty** rekkalavaa ei voinut olla huomaamatta. Tarjonta hinnastoineen oli isoin tekstein rekkalavan kyljessä, joten kauempaa pystyi jo näkemään, minkälainen tarjonta kyseisellä pisteellä on. Monille itse tuote oli kuitenkin outo, joten lähemmäksi oli päästävä, tai kauempaa kierrettävä. Tuotteet valmistettiin Etelä-Pohjalaisista vehnä jauhoista Espanjalaiseen perinteisiin tapaan. Churrot olivat kuin muurinpohjalettuja, mutta eri muodossa, makeita ja rapeita. Saatavana oli Churroja myös kermavaahdolla. Niiden lisäksi tarjonnasta löytyi lohta ja perunaa tai lihapyöryköitä ja perunaa. Hintaluokka pelkistä Churroista kokonaisuun annoksiin oli 3- 5,90 € välillä.



Kuva 16. Farmari Churro - Sweet & Salty

**Maa- ja Kotitalousnaisten grillipisteet**, tarjosivat Atrian käristeitä, sekä limsaa ja trip-juomia. Henkilökuntaa teltassa oli kolme ja täydentäjä. Hintaluokka oli 2- 3,50 €. Grillipisteitä oli alueella kaiken kaikkiaan kuusi.

**Maa- ja Kotitalousnaisten kahvipaikkoja** oli alueella kaikkiaan kuusi, sekä lukio ja farmairavintolan kahvipisteet. Kahviloista oli mahdollisuus ostaa kahvia, teetä, trip-juomia, limsaa, sekä leipää ja pullaa. Leivät olivat Valiolta, ja vaihtoehtoja löytyi; Juusto-kinkku ruisrengas ja juustosämpylä. Kahvilan vadelmamunkit olivat Kauhajoen laatu leipureilta ja kristallipullat Lapuan leivältä. Tuotevalikoima oli sama kaikissa kahviloissa. Kahviloissa oli työntekijöitä kerralla 3-6, pisteestä ja ajankohdasta riippuen.





Kuva 17–18. Maa- ja Kotitalousnaisten kahvi- ja grillikoju

**Kaana Lines kahvio** sijaitsi Kirkkokadun sillan tuntumassa, joen varrella. Kahvion vieressä oli myös katoksen suojissa muutama pöytäryhmä, joka tarjosi kahvittelijoille rauhallisen jokinäköalan. Tarjonnasta löytyi leipää, kahta pullaa, kahvia, teetä, limsaa ja trip-juomia. Hintaluokka kulki 1- 4 €:n välillä.

**Ilmajoen Makkaramestarit** tarjoilivat pienehkössä leopardikuvioisessa teltassaan Pulled porkia Pirjon Pakarin sipulisämpylällä, jätkänkäristettä, sekä lampaanmakaraa ja limsaa. Hintaluokka kulki tarjonnassa 2-5€ välillä. Tuottajan nimi olisi voinut olla näyttävämmiin esillä, sillä tuulessa heiluva kangas, ei kertonut kauemmaksi mitään.

**Pauligin-** kahvivaunu, sijaitsi Areenan kulmalla. Kahvilapalvelu oli Areenan alaisuudessa. Valikoimasta löytyi kahvia, teetä, limsoja sekä trip-juomia. Tarjolla oli myös pullaa, kakkua, piirakkaa leipiä, sekä karkkeja ja muuta pientä suolaista. Tuotteet olivat houkuttelevasti esillä, ja paikka oli siisti. Hintataso oli korkeampi, kuin muissa pisteissä. Vaunun edustalla oli muutama cocktailpöytä.



Kuva19-20. Farmari Kaana Lines- kahvio ja Ilmajoen Makkaramestarit



Kuva 21. Farmari: Pauligin kahvipiste

**Valkoinen Puu** sijaitsi Farmarialueella Areenan takana olleessa isossa teltassa, jossa oli erilaisia myyntikojuja aina lihasta käsistöihin ja suklaaseen. Kahvila oli nurkkapaikassa, kolmannen sisäänkäynnin edustalla, eli juurikin hyvässä paikassa, ihmisten liikkumisen kannalta.

Niille, jotka tuntevat Kauhajokisen, amerikkalaishenkisen Valkoisen Puun, tunnistiivat sen heti, sillä heidän itsetekemänsä keramiikka-astiat olivat myös esillä ja myytävänä. Kahvilan yleisilmeeseen oli panostettu, ja tuotteet olivat siististi vitriinissä, ja korkeilta pöytätasoilta löytyi kahvikupit, lautaset, sekä muut tarpeelliset välineet, ja myytävät keramiikka-astiat. Hinnasto oli ripustettu teltan valkoisille seinille kahdella liitutaululla. Myös Valkoisen puun logo oli kiinnitetty näkyville.



Kuva 22–23. Farmari Valkoinen Puu

Kahvia oli mahdollisuus nauttia vaikkapa seisten coctailpöydän ääressä tiskin edustalla. Valikoimasta löytyi leivoksia, suolaisia piirakoita, erikoiskahveja, limsoja ja mehuja. Iloinen henkilökunta sopi värikkäiden keramiikka-astioiden taakse palvelemaan asiakkaita. Vaikka näyttikin siltä, että koko kahvila oli tuotu Kauhajoelta Farmariin, oli kivijalkakahvila silti samaan aikaan toiminnassa. Hintaluokka kahvila-

tuotteissa oli 1-4,5 €:n välillä, keramiikka-astioita sai sen sijaan ostaa 15- 22€:n hintaan. Teltan ulkopuolelle olisi voinut laittaa kahvilan mainoskyltit.

Ruoka- ja kahvipalveluiden lisäksi Farmari-alueella oli myös muutamia anniskelu-alueita. Areenan tuntumassa oli esimerkiksi Fosters'n aidattu myyntialue, sekä Areenan ylä- ja alakerrasta, sekä terassilta oli mahdollisuus ostaa alkoholia. Mu-kaan lukien, jo edellä mainittujen Farmari-ravintolan, sekä Soppalan alkoholitarjontaan.

#### **4.3.3 Asiakkaiden mielipiteet**

Farmarissa ruokapalveluja oli huomattavasti enemmän, kuin muissa tutkimuksen tapahtumissa, ja tapahtuman kävijöillä oli vara valita minne menevät syömään. Useat valitsivat Farmari-buffetin, jossa ruoka oli ihmisten mieleen, ei mitään ih-meellistä, mutta nälkä lähti. Näytteilleasettajat kritisoivat ruokatarjontaa, joka pysyi Farmari. ravintolassa samana koko viikon. Ensimmäisen päivän jälkeen, muuta-mat haastateltavat eivät tähän ravintolaan enää menneetkään. Myös pöytien kor-keus tuoleihin nähden aiheutti negatiivista palautetta. Esimerkiksi pienempien las-ten syöminen oli hankalaa, mutta niin myös monien vanhempienkin. Plussaa sai katos, jonka alle mahtui suurin osa pöydistä.

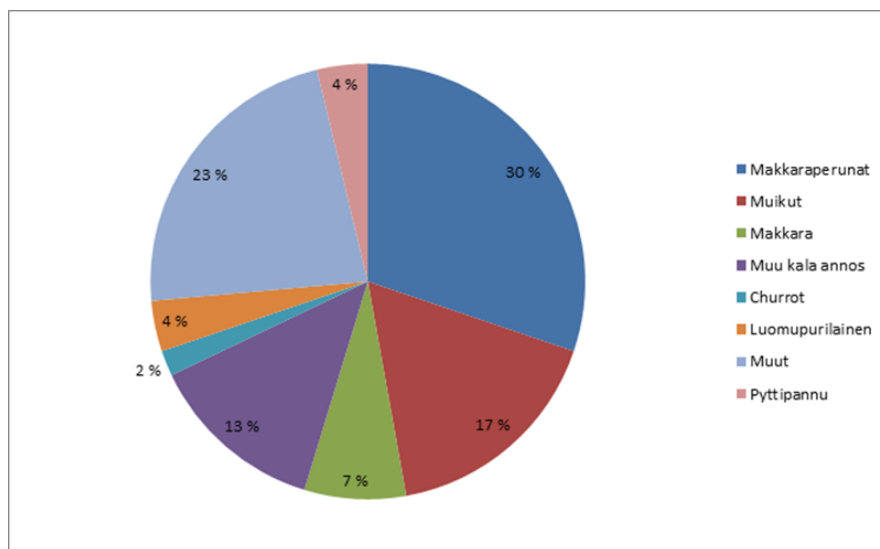
Elinkeinotalossa ruokailtiin jo ylellisemmin ja lista vaihtui päivittäin. Negatiivista palautetta sai kuitenkin liika jonotus, sekä isojen lähiruokatoimijoiden käyttö. (Lähi-ruoka mielletään pienten tuottajien jutuksi, vaikka maakunnasta löytyy isojakin lä-hiruoan tuottajia, kuten Atria.) Erään ruokailijan mielestä tilaan oli ahdettu liikaa pöytiä, jolloin kulkeminen oli vähän hankalaa. Täydessä salissa oli myös hankala liikkua.

Restonomien kolmannen vuosikurssin opiskelijat, olivat viiden hengen ryhmässä, suorittaneet Farmarissa asiakastytyväisyyskyselyn, koskien Ruokaprovinssikatua ja sen tarjontaa. Tavoitteena oli saada mielipiteitä ruoasta ja mahdollisista paran-nusehdotuksista. Vastauksia saatiin yhteensä 126:lta Farmarikävijältä.

Enemmistö vastaajista oli naisia, 63 %. Vastaajien enemmistö koostui 15 %:lla 21

-25 vuotiaista, 12 % vastaajista oli 46–50-vuotiaita. Suurin osa vastaajista, 42 % olivat muualta Suomesta; 30 % Seinäjoelta ja 28 % muualta Etelä- Pohjanmaalta.

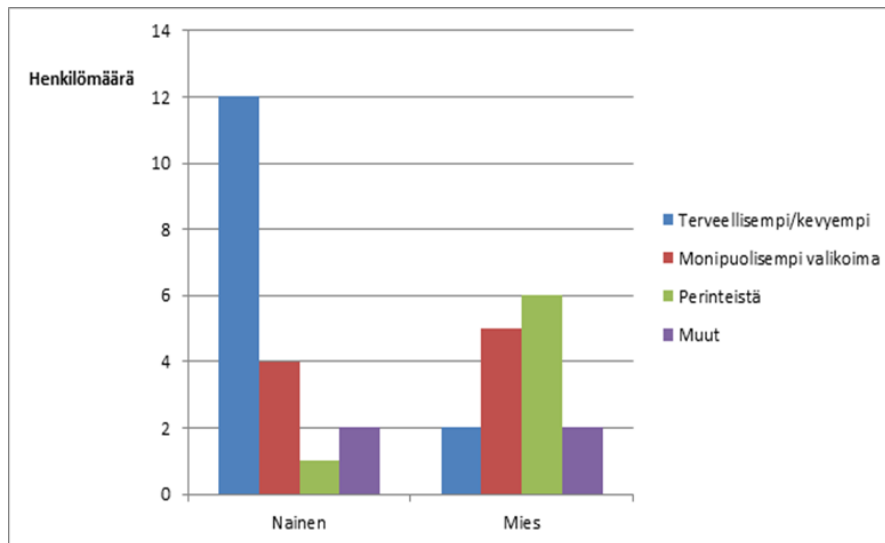
57 % vastanneista, söi näyttelypäivän aikana Ruokaprovinssikadulla. 77 % söi yhtä vaihtoehtoa. Eniten ihmiset nauttivat makkaraperunoita, 30 %, sitten muikkuja 17 %, 13 % muun kala-annoksen. 23 % olivat nauttineet Ruokaprovinssikadulla jotain muuta, esimerkiksi jäätelöä, mansikoita, pannukakkua, sipsejä, juustoja, leipää, kahvia ja pullaa, lihapullaperunoita, ranskalaisia, Pulled-pork- makkaraa, kasslerleipää.



Kuvio 1. Tutkimuskysely. Yhtä vaihtoehtoa syöneiden ruoat Ruokaprovinssikadulla (n=53)

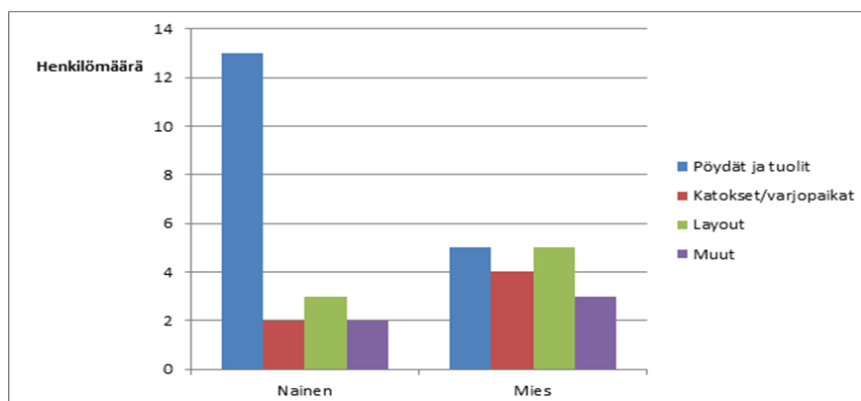
Suurin osa, 90 % vastanneista, oli sitä mieltä, että ruoka oli odotusten mukaista. Ainoastaan 7 %, ei ollut saanut odotuksiensa mukaista ruokaa. 70 %:n mielestä ruoan hinta-laatusuhde oli sopiva, ja hintaan nähden ruoka vastasi odotuksia. Loput äänet menivät tasan sen suhteen että ruoka oli hyvää ja siitä olisi voinut maksaa enemmänkin, ja toisten mielestä taas ruoan laatu oli heikkoa ja hinnat liian korkeita laatuun nähden. Tapahtuman ruokailumahdollisuuksista oltiin hyvin tyytyväisiä, 65 % ei kaivannut mitään sellaista ruokapalvelua mitä sieltä ei vielä löytynytäkään. 30 % kuitenkin kaipasi terveellisempiä ruokailumahdollisuuksia, kuten salaatteja ja keittoja. Myös monipuolisuutta kaivattiin liha-annoksiin, ja gourmet-tyylisiä annoksiakin saisi olla. Perinneruokia kaivattiin myös, erityisesti ruisleipää, perunamuusia ja muita pohjalaisia ruokia. Erityisruokavalioistakin huomautteli

pieni prosentti. Erityisesti naiset kaipasivat ruokailumahdollisuuksiin terveellisempiä vaihtoehtoja, mutta miehet sen sijaan halusivat enemmän perinneruokia.



Kuvio 2. Tutkimuskysely. Ruokailumahdollisuudet, joita kävijät toivovat Ruokaprovinssikadulle (n=34)

Ruokailualue, jäi Ruokaprovinssikadulla hyvin pieneksi. 45 %:n mielestä alueelle tarvittaisiin enemmän pöytiä ja tuolia. 20 %:n mielestä alueen yleisilmettä tulisi parantaa, ja 8 % oli taas sitä mieltä, että alue tulisi olla tilavampi, mutta silti sisältää tarpeeksi ruokailutilaa. Suurin osa ruokailijoista, 35 % haluaisi kuitenkin istua ruokaillessaan.



Kuvio 3. Ruokailutapoja koskevat toiveet (n=121)

#### 4.3.4 Kehitysehdotukset

Farmarin tarjonta uudistuu Seinäjoella varmasti yhtä monta kertaa, kuin se järjestetäänkin. Tällä kertaa tarjolla oli mielestäni jokaiselle jotain, tarjontaa löytyi valtavasti. Kuitenkin pelkkiä salaattiannoksia sai kyllä hakea, mutta mielestäni, kattava valikoima mahdollisti myös pelkkien salaattien syömisen, esimerkiksi Farmarin pääravintolassa, Elinkeinotalolla tai Areenan ravintolassa. Tyhjin vatsoin ei tarvinnut Farmarista lähteä.

”Tänä vuonna ruokapalvelujen suhteen, myös muillakin, kuin vain Maa- ja Kotitalousnaisilla ja Areenan ravintoloitsijalla oli lupa ruokamyyntiin. Ruokaprovinssikadulla sai kuitenkin myydä vain eteläpohjalaisia tuotteita.” (Asunmaa 2013.) Mielestäni vain eteläpohjalaisten tuotteiden salliminen ruokaprovinssikadulla on hyvä juttu, sillä maakunnalla on paljon tarjottavaa. Yritykset olisivat kuitenkin voineet tuoda itseään vielä enemmän esille. Tällä tarkoitan esimerkiksi sitä, että he olisivat jollain tavoin kertoneet itsestään jotakin, paikkakuntaa jolla toimii, tuotteita, palveluja, historiaa ja taustoja. Nämä asiat olisivat voineet olla kerrottuna isolle, hienosti kehystetylle taululle, joka olisi ollut näkyvillä kojun liepeillä. Tällä tavoin yritykset tulisivat tutummiksi. Monia varmasti kiinnostaisi mistä vaikkapa Valkoinen Puu on saanut alkunsa, missä heidän kahvilansa sijaitsee ja minkälaisia tuotteita ja palveluja heiltä on mahdollisuus saada.

Ruokaprovinssikadulla parannettavaa olisi ruokailutiloissa. Alueella tulisi mielestäni olla teltta, pelkäksi ruokatilaksi, ja auringonsuojapaikaksi. Nytkin alueella oli pöytiä ja ruokailutilaa, mutta paikat sijaitsivat keskellä ihmisvirtaa, joten varsinaista ruokarauhaa ei ollut.

Helanderin (2012, 22.) mukaan 90-luvulla myyntipisteiden tarjonta, ei näkynyt kovin hyvin yleisölle, sillä mainostekstit ja hinnastot olivat useimmiten kirjoitettu itse pahville ja laitettu huonosti esille. Silti vieläkin samaisiin asioihin törmäsi joidenkin kojujen kohdalla. Mielestäni hinnaston näkyvyyteen kannattaisi hetken panostaa, ja miettiä miten se on parhaiten edukseen. Tietokoneella kirjoitettu, selkeä iso fontti tarpeeksi korkealla ja näkyvällä paikalla on mielestäni toimivin. Myös heidän logonsa saisivat olla paremmin esillä. Parhain paikka tietenkin olisi kojun yläreuna ja suuri fontti. Kuvat ruoista ovat myös aina plussaa, varsinkin jos tarjolla on jotain

vähän oudompaa. Etenkin tapahtumissa, jossa on paljon väkeä pienellä alueella, olisi helpompaa, jos tarjonnan ja hinnaston näkisi kauempaa, kuin vain metrin säteeltä.

Farmari- ravintolan sisään ja uloskäynnit olisivat saaneet olla vähän selvemmin muodostettuna. Mielestäni sisään ja uloskäynneille tulisi olla selkeästi omat kulunsa, jotta liikkuminen olisi mahdollisimman sujuvaa. Kolmas buffetlinjasto olisi myös nopeuttanut ruokailua.

#### **4.4 Tangomarkkinat**

Tangomarkkinat järjestettiin Seinäjoella 29, heinäkuussa 2013. Tapahtuma on koko kansan keskuudessa hyvin tuttu ilmiö, ja tanssijoita matkustaa Seinäjoelle kaukaakin. Tapahtuma kesti neljä päivää ja esiintyjäkaartista löytyi mm Marko Mauuksela, Juha Tapio, Amadeus & Fantasia, Johanna Pakonen, sekä lukemattomia muita esiintyjä. Mahdollisuus oli myös osallistua tanssikursseille tai vaikkapa karaoketansseihin. Tangoalueelta löytyi myös erilaisia myyntipisteitä, kuten rekkalava, josta pystyi ostamaan tangologoilla varustettua tavaraa. Myös Lumenen teltta, kosmetiikkatuotteiden, korujen sekä vaatteiden ansiosta houkutteli etenkin naisia. (Ohjelma- ja tapahtumatiedote 2013.)

Tangomusiikin edistämisyhdistys perustettiin vuonna 1985, ja samana vuonna järjestettiin myös ensimmäinen Tangomarkkinat- tapahtuma. Aloitteen tapahtumasta teki Lasse Lintala, Ilmajoen Musiikkijuhlien taiteellinen johtaja, joka esitti ideansa Tauno Äijälälle, MTV:n ohjelmanjohtajalle.

Tapahtuma on yksi maamme suurimmista kesätapahtumista, ja onkin viime aikoina kerännyt vuosittain yli 100 000 tangokävijää. Vuonna 2013, kävijöitä oli 106 000, joten viime vuosien lukemat ylitettiin. Vuonna 2012 kävijöitä oli 105 000, ja sijoittui Suomessa järjestettävien festivaalien kuudenneksi suosituimmaksi tapahtumaksi. Vuonna 2011, kävijöitä oli 104 000. (Festivaalitulostot 2013.)

#### 4.4.1 Tasokkaammat ruokapaikat

Tangomarkkinoilla tanssijoita ruokki uusi **Ravintola Priima**, monipuolisella ruokalistallaan. Ravintola sijaitsi pääporteista tuleessa heti vasemmalla puolella, mistä olikin hyvä näkyvyys Katulavalle. Pitkässä teltasta asiakaspaikkoja löytyi 700, joista suurin osa oli teltan sisäpuolella. Ravintola-alue oli aidattu.



Kuva 24–25. Tangomarkkinat Priima- ravintola

Priima oli auki keskiviikkoillasta lauantai-iltapäivään, vaihtelevin aukioloajoin. Yöläkin oli mahdollisuus ruokailuun. Ravintolan sisäänkäynnin edustalla oli menu, tarjolla olevista ruokavaihtoehtoista. Myös nämä ruokakokonaisuudet oli suunniteltu juuri tätä tapahtumaa ajatellen. Valikoimasta löytyi mm. burgereita (kasvis, juusto), pulled-pork sandwich, kana-ceasarsalaatti, lisäkeperunat tai grillisalaatin sai lisähintaan 2 €, pahalaisen kanaa Toscanan perunoilla ja grillisalaatilla, naudan lehtipihvi Toscanan perunoilla ja grillisalaatilla, lämmin BBQ possunleipä ja Toscanan perunat. Hintaluokka kulki 4,50 € – 14 €:n. Keittiöllä oli käytössään iso pyöreä paellapannu, jossa onnistui mm. valmiiden perunoiden kuumennus. Keittiöstä löytyi myös kuuma- ja kylmävetolaatikot eri raaka-aineille, sekä kuuma-allas, jossa pidettiin annoksiin tulevat komponentit lämpiminä. Myös jonkinlainen leipägrilli löytyi. Priiman takapuolelta löytyi heidän raaka-aine varastonsa, sekä kokkien hui-laustila. Teltassa oli pitkiä, kahdeksan tai kymmenen henkilön pöytiä, joita peittivät valkoiset liinat. Telttaan oli tehty myös lattia, ja teltan valkoisten seinien ja katon läpi loisti tilaan valoisuutta. Paikka vaikutti rennolta festariravintolalta, jossa ruoka tilattiin, ja sen valmistusta odotettiin, ennen kuin se pahvilautasella kannettiin omalle paikalle. Pöytiintarjoilua ei siis ollut. Ruokajuomia oli myös runsaasti, sillä samaisessa teltassa oli myös A-oikeudet ja kahvipiste. Kahvipisteessä oli tarjolla mm. Kauhajokisen Valkoisen Puun suosittua suklaakakkua. Samaisessa teltassa



myös Atrian grillimestarit loihtivat tangopurtavaa tangokuninkaiden avustuksella. Lavalla nähtiin mm Marko Maunuksela ja Johanna Debreczeni. Vierailevien tähtien kokkailuajat pystyi tarkistamaan Tangoilla jaetusta käsiesitteestä, sekä Priima-ravintolassa olevasta julisteista. Samaisessa esitteessä oli myös kartta, jotta tapahtuma-alueesta ja sen tarjonnasta saisi heti käsityksen. Henkilökuntaa heillä oli kymmenen, jonka lisäksi promohenkilökunta ja Atrian viisi kokkaajaa. Kaikki raaka-aineet olivat Atrialta, mistä ilmoitti jo isot kyltitkin Priiman tuntumassa. Roskikset olivat näkyvillä paikoilla, selkein ohjein. Jotkin heidän keittiölaitteistaan olivat vuokralla, Hartwallilta tai Atrialta. Joidenkin vuokra oli ilmainen. Kaikki annokset myytiin mitä oli varattu. (Mäentaka 2013.)

Taulukko 8. Tangomarkkinat Priima- ravintola

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
VALKOISESSA TELTA-SSA SEKÄ ATRIA KOKKAAMO, ETTÄ RAVINTOLA	SUOJAISA, VALOISA RENTO RAVINTOLA	ATRIAN TUOTTEITA		
PITKIÄ 10 HLÖ PÖYTIÄ	HYVÄNTUULISIA ASIAKKAITA	BURGERIT	4,50€	10 HLÖ +
EI PÖYTIIN TARJOILUA	HYVÄ NÄKYVYYS LAVALLE	LEIPÄANNOKSET	8- 8,50€	PROMOHENKILÖKUNTAA
KERTAKÄYTTÖRUOKAI- LU VÄLINEET	ASIAKASPAIKKOJA 700	SALAATIT KANA/ PIHVI ANNOK- SET	8, 50€ 12-14€	VIISI ATRIAN KOKKIA
		KAHVIPISTE A-OIKEUDET		

Areena, Fazer Food Services, palveli myös Tangomarkkinoiden aikana. Viikon lounastarjonta oli nähtävillä ovensuussa. Hintaa lounaalla oli 12 €, ja sitä tarjottiin klo: 15:00–20:00. TanssiAreenan ravintola oli avoinna to-la, iltakuudesta tai kahdeksasta aamu puoli kolmeen. Täältä oli mahdollisuus saada vain juomatarjontaa.

Taulukko 9. Tangomarkkinat Facer Amica

YLEISKUVA	TUNNELMA/TILA	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKILÖKUNTA
TAVALLISEN NÄKÖI- NEN ISO RUOKALA	AVARA JA TILAVA	LOUNAS KEITTO	12 € 8 €	KOLME KEITTIÖSSÄ
	ASIAKASPAIKKOJA N. 300	KAHVILAPALVELUT A-OIKEUDET		

Areenasta löytyi myös VIP-ravintola, jonne tuli ilmoittautua etukäteen. Asiakaspaikkoja siellä oli 500. VIP- puoli oli tangoviikolla auki torstaista lauantaihin klo: 18:00–03:00. Asiakaskunta koostui pääasiassa yritysvieraista sekä muutamista yksityishenkilöistä. Pukeutumiseen oli myös panostettu. Nettisivuilla ravintolaa kuvailtiin seuraavasti; ”VIP-aitio tarjoaa asiakkailleen aitiopaikan, josta voi seurata festivaalin tunnelmaa ja katulavan ohjelmaa ylellisissä puitteissa. Sisäänpääsy: VIP; TTI; Tangojäärät, Syynääjät, Tiarootusvälineiden erustajat ja Viihryttäjät.” (Tangomarkkinat 2013 nettisivu.) VIP- ravintolassa käyneet saivat valita etukäteen netissä julkaistusta menusta, mitä haluavat syödä. Valikoima vaihteli päivittäin alkuruoista jälkiruokiin.

Alkuruoissa oli yhden päivän kohdalla mm. katkarapu- cantaloupe salaattia, hedelmäistä kotijuustosalaattia, limemarinoituja mozzarellahelmiä, mausteista härkää ja vihanneksia. Pääruoista löytyi paahdettua kuhaa, siideri-voikastikkeessa, maisikanaa ja rakuunakastiketta, grillattuja kasviksia, tilliperunaa. Jälkiruoksi tarjottiin jogurttimoussea ja mansikkakastiketta sekä kahvia tai teetä. Lisäksi illalliseen kuului Fazerin leipälajitelma, levite ja jäävesi. (Tangomarkkinat 2013.)

#### 4.4.2 Muut ruokapalvelut

Tangomarkkinoilla pikkupurtavaa tarjosi **TangoGrilli**, jonka tunnisti jo kaukaa Atrian makkaragrilliksi, punaisen telttakatoksen ansiosta. Paikka tarjosi makkaraa, hot dogia ja limsaa. Maksu onnistui käteisellä ja kortilla. Paikka sijaitsi Iskelmäbaarin vieressä. Varsinaisesti grillin omia ruokailupöytiä ei lähettyvillä ollut.



Kuva 26–28. Tangomarkkinat Atrian grillipiste, Lättykahvio ja Segafredo-kahvipiste

**Segafredo**-piste tarjosi Priima-ravintolaa vastapäätä Kulta Katriinan kahvia hintaan 0 €, mutta Valkoisen Puun suklaakakusta sai sitä haluavat maksaa 4,50 €. Tumma teltta-kahvipiste oli rakennettu tumman Kulta Katriinan logoilla maalatun linja-auton kylkeen. Teltasta sai pahvikuppiinsa ottaa haluamaansa kahvia ja mennä nauttimaan siitä vaikkapa kahvipisteen edustalla olevien cocktailpöytien ääreen.

**Lättykahvio** sijaitsi lukion kulmalla. Pitkästä telttakojusta oli saatavilla plättyä hilloa, makkaraperunaa, makkaraa lohiannosta, härkäruukkuu, kebablautasta, herkulautasta sekä mehua ja limsoja. Lättyjä sai 4 €:lla, ja annoksista sai pulittaa 7-10 €. Hinnasto roikkui teltan etuosassa punaisilla A4 kokoisilla papereilla.

Alkuvalmistelut, kuten salaatit, valmistettiin Lukion keittiössä. Raaka-aineet hankittiin tukkutalo Heinoselta, ja siellä saatettiin poiketa päivän mittaan kolme kertaa. Viimeisenä päivänä myytiin mieluummin ”ei o:ta”, ettei raaka-aineista olisi tullut tappiota. Paellapannut, ja muut laitteet olivat vuokralla. Lättykahviossa työskenteli n. 10 henkilöä, jotka olivat talkooväkeä. Ruokapaikan läheisyydestä löytyi katos, ruokapöytineen, jonne saattoi mennä syömään annoksensa. Lättykahviosta oli hyvät näkymät esiintyjälavalle, joten hiljaisen välin sattuesssa, eli silloin kun oli esiintyjä, kokkaajat saattoivat myös seurata lavan menoa.

Alkoholitarjontaa löytyi Tango-alueelta runsaasti. Tästä alueella piti huolen Priima, Paviljonki, VIP-aitio, Ravintola Tango, Tango terassi, TanssiAreenan ravintola sekä Iskelmä Bar.

#### 4.4.3 Asiakkaiden mielipiteet

Tangoilla ihmisiä ruokki Priima-ravintola, Atrian kanssa yhteistyössä. Tässä ruokatehtassa vieraili myös julkkiksia, jotka saivat näyttää kokkailutaitojansa haastattelun yhteydessä. Ruokailijoille tämä oli mukavaa taustaohjelmaa. Tarjontaa löytyi laadasta laitaan, eikä pahvilautasilta syönti haitannut, koska ruoka oli muuten niin maistuvaa. Jotkut taas olisivat kaivanneet vähän tukevampia ruokailuvälineitä, jol-

loin ruokailukokemus olisi ollutkin astetta mukavampi. Tulee kuitenkin muistaa, että tiskimahdollisuudet eivät aina tapahtumissa onnistu, kuin välttämättömien astioiden pesuun, joten pahvi- ja muoviasiat ovat tapahtumissa yleisiä. Naiset olisivat kaivanneet enemmän kevyempiä annoksia helteisen sään vuoksi. Ravintolassa oli mukava istuskella auringon suojassa ruokaa ja juomaa nauttien. Asiakkaiden mielestä tarjonta oli hyvää ja tasokasta festariruokaa.

Lättykahvio-nimellä kulkenut ruokapaikka tarjosi grilliannoksia, makkaraa plättyjä hillolla, sekä limsaa. Asiakkaat ryntäsivät ruokailemaan aina esiintyjien jälkeen. Annokset olivat runsaita ja maistuvia ja valmistuivat nopeasti. Ruokailutilaa kaivattiin enemmän.

Areenasta löytyi Tangojen toinen virallinen lounaspaikka, sekä VIP-ravintola, jonne kutsuvieraat ja muu tangokansa sai varata paikkansa. Lounas ei kuitenkaan vetänyt asiakkaita odotetusti.

#### **4.4.4 Kehitysehdotukset**

Tangomarkkinat ovat selvästi vanhemman ikäryhmän tapahtuma. Tämän vuoksi, tapahtuma kaipaisi mielestäni perinneruokaa. Ruokatieto (2014) kertoo sivuillaan, että Eteläpohjalaisista perinneruoista tunnetuimpia ovat kropsut, vohlut, kova leipä, kotijuustot, klimppisoppa, piimäveli, ohrankryynipuuro, ruisveli, läskisoosi sekä silakka- ja veriruoat. Ilmajoen musiikkijuhlilla klimppisoppa on suosittua, ja sitä haetaan sieltä jopa omilla kannuilla. Mitään pientä piperrysruokaa, ei mielestäni kannata tangoille tuoda. Enemmistö siellä kuitenkin arvostaa sitä, että koko rahalla saa syödä mahansa täyteen. Juurikin perinneruoka tarjoaisi mahdollisuuden tähän. Tarjolla voisi olla juurikin edellä mainittuja perinneruokia. Kropsulan kropsutkin menisivät varmasti kaupan. Yksi vaihtoehto Tangoille voisi olla myös jonkinlainen Soppala. Naiset arvostaisivat kevyempää vaihtoehtoa. Soppalassa voisi olla tarjolla myös salaatteja.

Lättykahvion hinnasto oli hyvin esillä kojun yläreunassa, A4- kokoisilla papereilla, mutta punainen taustaväri mustalla tekstillä ei oikein toiminut. Väri nielaisi kirjai-

met. Valkoinen pohja mustalla tekstillä, tai toisinpäin on mielestäni parhain ja selkein vaihtoehto hinnastoa ajatellen.

Asiakaspalautetta voisi kerätä vaikkapa pöydillä olevien esitetyttyjen lomakkeiden muodossa. Ruokailun päätteeksi voisi antaa ruokailupaikasta ja syömästään ruoasta palautetta. Lomakkeet palautettaisiin siihen tarkoitettuun paikkaan.

Ruoan nautinnollisuus ja terveellisyys nähdäänkin nykyään toisiaan tukevin seikoina, sillä ihmiset ovat entistä enemmän kiinnostuneet terveellisistä elämäntavoista ja ravitsemuksellisista tekijöistä (Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa 2010, 25.) Tämän vuoksi isommissa, ja usean päivän ajan kestävässä tapahtumissa olisi syytä huomioida paremmin terveellisyyttä edistävät seikat ja tuoda ne myös markkinoinnissa esille. Useimmiten ruokapuoli on painottunut raskaisiin aterioihin.

Johanna Kohtakankaan tutkimuksen perusteella, Eteläpohjalaisiin tapahtumiin kaivattaisiin alueen tyypillisiä perinneruokia sekä hyvälaatuisia matkamuistoesineitä. (2001, 55.) Mielestäni Seinäjoen kaikkia tapahtumia voisi yhdistää tietyt pohjalaiset tuotteet joita myytäisiin eri tapahtumissa. Tuotteita ei tarvitse edes olla montaakaan erilaista, mutta edes jotain erilaista ja mukavaa matkamuistoa tai tuliaista. Tällaiset tuotteet olisivat arvokkaita varsinkin sellaisille ihmisille, jotka tulevat maakunnan ulkopuolelta.

#### **4.5 Vauhtiajot - Race & Rock**

Kalle Keskinen toteuttama Vauhtiajot Rock and Race, juhlivat heinäkuussa 2013, 10-vuotuisjuhlavuottaan. Esiintyjäkaarti koostui mm Michael Monroesta, Elonkerjuusta, J. Karjalaisesta, sekä koko kansan suosikista, Cheekistä. Rock-tapahtuma kesti perjantain ja lauantain, ja rataihmisiä viihdytettiin lauantaista sunnuntaihin. Rata alue sijaitsi Kapernaumin teollisuusalueella.

Kesällä 2013, tapahtuma nousi Suomen 4. suurimmaksi festivaaliksi. Vauhtiajoissa vieraili 56 400 autourheilun ja rockin ystävää. Kävijämäärä oli ennätyksellinen. Sen innostamana kesällä 2014, tapahtuma järjestetään rock-puolen osalta kolmi-

päiväisenä, jolloin portit avataan ihmisille jo torstaina. Katuratakilpailu pysyy edelleen kaksipäiväisenä.

Vauhtiajot ovat autourheiluun ja musiikkitapahtumaan keskittynyt festivaali, jossa esiintyy useita kotimaisia artisteja ja mahdollisesti joitain ulkomaalaisiakin. Samalla järjestetään myös useita autourheilukilpailuja. Ensimmäiset Vauhtiajot järjestettiin vuonna 1973, jolloin tapahtuma keskittyi pelkkään autourheiluun. Tapahtumapaikka oli yleisellä maantieosuudella, jolloin tie suljettiin kaksipäiväisen tapahtuman ajaksi. Vuonna 1983, alkuperäiset kisat lopetettiin, koska käytetystä tieosuudesta tuli kantatie, eikä ajolupia enää irronnut. Vuonna 2004, Vauhtiajot heräsivät henkiin uudestaan, Kalle Keskinen toimesta. Tästä alkoi musiikkiesiintyjillä ja autourheilulla yhdistetty rockfestivaali.

#### **4.5.1 Ruokapalvelut**

Savon Mafia ruokki festivaalikansaa Rock-alueella grilliruoillaan. Pääporttien läheisyydessä, vasemmassa reunassa oli heidän grillikojunsa. Tarjolla oli hampurilaisia, kebabia ranskalaisilla, kanaa monessa muodossa, sekä grilli makkaraperunoiden ystäville. Hintaluokka oli keskimäärin 8€. Asiakaskunta koostui nuorista ja keski-ikäisistä. Muuta ruokailumahdollisuutta alueella ei ollut. Varsinaisia ruokailuun tarkoitettuja pöytiä ei löytynyt, mutta asfaltin reuna ja oma syli näyttivät kelpaavan. Ruoan kanssa myös vaelleltiin lavan tuntumaan odottamaan tulevaa esiintyjää.

Lavan tuntumassa oli aidattu, ikärajaallinen juomaravintola.



Kuva 29. Vauhtiajot Race & Rock Savon Mafian grillikojut

#### 4.5.2 Asiakkaiden mielipiteet

Vauhtiajojen Rock-alueella grilliruoat olivat ihmisten mieleen. Nuoremmat tapahtumassa olleet, eivät heti keksineetkään parempaa vaihtoehtoa. Jotkut eivät syöneet alueella ollenkaan, vaan pitäytyivät enemmänkin juomapuolessa, karkkitarjonnassa tai olivat syöneet alueen ulkopuolella. Vanhemmat ihmiset myös tunnustivat, että kyseinen grillipiste oli aivan sopiva tapahtuman kokoon nähden. Tietenkin joitain pöytäryhmiä olisi voinut olla, jotta ruokailuhetki olisi ollut mukavampi. Eräs tapahtumakävijä kaipasi kuitenkin rock-alueelle jotain parempaa ruokapaikkaa, jossa voisi nauttia alkoholia ja syödä jotain simppeleitä ruokaa.

#### 4.5.3 Kehitysehdotukset

Vauhtiajot ovat niin pieni tapahtuma, että ne eivät kaipaakaan mitään ihmeellistä. Ihmiset ovat tyytyväisiä grilliruokaan. Mutta itse ruokailutiloihin voisi panostaa. Vaikka saatavilla olisikin vain grilliruokaa, niin sitä olisi huomattavasti mukavampi nauttia istualtaan. Mielestäni alueella olisi varmasti sen verran laajennusvaraa. Pöydät voisivat kuitenkin olla sen verran piilossa, ettei sieltä käsin pystyisi katselemaan lavalle, koska silloin paikka ruuhkaantuisi saman tien.

Tietenkin eri asiakassegmenteillä on erilainen ruokamaku, eikä voida odottaa, että 18-vuotiaan ja nelikymppisen odotukset ruokien suhteen kohtaisivat. (Helander

2012, 27.) Vauhtiajot on haastava tapahtuma, sillä vaikka asiakaskunnan olettaisi koostuvan suurimmaksi osaksi nuorista, on siellä silti vanhempaakin väkeä, jotka varmasti kaipaisivat jotain muuta grilliruoan tilalle. On kuitenkin olemassa ruokia, joita niin vanhemmat kuin nuoremmatkin tykkäävät nauttia. Ne ovat helposti syötäviä ja nälkää vieviä. Tällaisia vaihtoehtoja olisi erilaiset täytetyt leivät, kuten pulled pork, tai vaikkapa wrapit, tortillat ja burriot. Nämä eivät olisi niin rasvaisia aterioita, kuin totutut grilliruoat. Annoksia olisi myös helppo syödä, vaikkei istumapaikkaa löytyisikään. Kropsula- konsepti saattaisi toimia myös Vauhtiajoissa. Tapahtuman laajentuessa ruokailumahdollisuuksiin tulisi kuitenkin kiinnittää enemmän huomiota. Saattaisi olla, että Juurella- tyylinen rento konsepti sopisi myös Vauhtiajoihin.

#### **4.6 Ruokapalveluvastaavien mielipiteitä tapahtumaruokailusta**

Asta Asunmaa, Maa- ja Kotitalousnaisten toiminnanjohtaja kertoi lomakehaastattelussa, massatapahtumien ruokahuollon käyvän vaikeammaksi kerta toisensa jälkeen. Väkimäärän vuoksi on vaikea liikkua alueella ja riittävät kylmävarastotilat tulisi järjestää kohteittain. Eteläpohjalaista ruokakulttuuria tuotaisiin paremmin esille brändäämällä, tarinoilla ja tuomalla ruokaa oikeasti tarjolle. Yrittäjille tulisi tehdä helpommaksi lähiruoan saanti ja osto. Hänen mielestään kotimaista/ lähiruokaa ja selkeitä makuja tulisi olla enemmän. Markkinointiinkin saisi panostaa kunnon nostoja markkinointiin. Asunmaa myös huomauttaa, että ruoka ja syöminen on aina elämys. Hyvää, puhdasta kotimaista raaka-ainetta tulee myös kunnioittaa. (Asunmaa 2013.)

Provinssissa ensikertaa ollut Juurella- ravintola sai positiivisen vastaanoton. Toisen omistajista, kertoi festivaaleille pääsyn mielenkiintoisena ja erilaisena, vaikka kulurakenne ravintolan rakentamisessa festareille on todella raskasta. Markkinointimielessä kannattavaa, tehdä Juurella-ravintolaa tutuksi. (Keski-Nikkola, Unkeri 2013.)

Elinkeinotalon vastuu henkilö Terhi Välisalo kertoi haasteeksi viestinnän keittiössä. Siihen pitäisi kehitellä jonkinlainen systeemi. (Välisalo 2013).



Priima ravintolan vastaava kertoi, että festariravintolan rakentaminen tuo paljon haasteita niin ruoka-annoksien riittävydestä, henkilökunnan määrään. Myöskään kaikissa tuotteissa ei ole palautus oikeutta. Vieraspaikkakuntalaisuus koettiin myös yhdeksi haasteeksi. Uusi konsepti on mietinnässä Tangomarkkinoita ajatellen. (Mäentaka 2013.)

Paviljonki-ravintolan vastuuhenkilö Lassi Karvinen, kertoi festariruokailun haastavaksi tilojen, ruokien säilytyksen, lämpötilojen ja sään suhteen. Tapahtumia on kuitenkin hauska järjestää, koska ne tuovat vaihtelua arkeen. jotkut asiakkaat ovat festareilla jopa vaativimpia. olisi toivottu enemmän kävijöitä, selvästi viime vuotta alhaisempi mutta silti ihan hyvä tulos. (Karvinen 2013.)

Areenan Fazer Food Servicillä ongelmiksi koettiin rajalliset tilat, henkilökunnan organisointi sekä tavarantoimituksen tarkka suunnittelu. (Jokilehto 2013).

Ruokapalveluvastaavilta tuli heikosti vastauksia, kun kysyin heidän mielipiteitään tapahtumaruokailusta kokonaisuudessaan, mutta saatujen vastausten perusteella, on aina haastavaa valmistaa ruokaa isoille väkimäärille, festariolosuhteissa.

Yleisiin mielipiteisiin tapahtumaruokapalvelujen laadusta ja parantamishetdoksista saatiin ruokapalvelujen vastaavilta hyvin heikosti vastauksia. Mahdollisesti jokin toinen menetelmä, olisi tuottanut paremmat tulokset.

#### 4.7 Yhteenveto ruokapalveluista

Ensimmäiseen taulukkoon on koottu eri tapahtumien tasokkaammat ruokapalvelut. Ensiksi niiden yleisilmeestä on muutama kohta, sitten tunnelmasta/ tilasta, tuotetarjonnasta, hinnastosta, henkilökunnasta ja kierrätyksestä.

Toisessa taulukossa on lueteltuna kaikki muut pienemmät ruoka- ja kahvikojut eri tapahtumissa. Taulukoiden avulla on helpompi nähdä esimerkiksi tarjonta ja hinnasto eri ruokapalveluiden kesken.

TAPAHTU- MA	YLEISKUVA	TUNNEL- MA/TILA	TUOTE- TARJONTA	HINTATA- SO	HENKI- LÖKUN- TA	KIERRÄTYS
----------------	-----------	--------------------	--------------------	----------------	------------------------	-----------

JUURELLA	FESTIVAALI-KENTÄLLÄ SIISTI JA AI-DATTU RAVINTOLA/ BAARI  8 HLÖ KATE-TUT PIRTIN PÖY-DÄT ALUEELLA RAVINTOLAN  OMAT WC:T	RENTO RA-VINTOLA  ASIAKASKUN-TA N. 25-35  VUOTIAITA ASIAKAS-PAIKKOJA 70 COCTAIL-PÖYDÄT	LÄHIRUOKAA  ALKURUOKA, EPAKSET  PÄÄRUOKA  JÄLKIRUOKA  A-OIKEUDET MYÖS TAKE-AWAY MAHDOLLI-SUUS	9,50 €  9-24 €  4,50 €	15 HLÖ KEIT-TIÖ/SALI  OMASTA  VUOROSTA  RIIPPUEEN	TOIMIVA
PAVILJONKI (SAVON MAFIA)  K-22	IKKUNOIDEN KIERTÄMÄ  VALKOINEN PYÖREÄ  RAKENNUS  ULKOPUOLEL-LA BAARI  PANOSTETTU SISUSTUK-SEEN K-22	FIINIM-PI,AVARA,VAL OISA  JA RAUHALLI-NEN TILA  VANHEMPAA ASIAKAS-  KUNTAA ASIAKAS-PAIKKOJA 150.	LÄHIRUOKAA  BRUNSSI  ALKURUOKA  PÄÄRUOKA  JÄLKIRUOKA  A-OIKEUDET	16 € 6,80- 9,80 € 17,80- 27,80 € 6,60-7,60 €	N. 20 HLÖ KEIT-TIÖ/SALI  OMASTA  VUOROSTA  RIIPPUEEN	TOIMIVA
FARMARI  FARMARI- RAVINTOLA	ISO TELTTA PITKÄT PÖY-DÄT  YKSITTÄISET TUOLIT KAKSI LINJAS-TOA METAL-LIAIDOILLA  AIDATTU ALUE BAARI	AURINGON-SUOJA VARSINKIN PERHEET  RUOKAILIVAT TÄÄLLÄ  RUOKAA SYÖTIIN TYYYTYVÄISI-NÄ ASIAKAS-PAIKKOJA 500	BUFFET-LOUNAS  TUOT-TEET:ATRIA, VALIO SAMA LISTA KOKO  VIIKON	AIKUI-SET 11€  LAPSET 7-16v 5,50€  ALLE 7v ILMAISEKSI	TALKOO-VÄKEÄ  N. 20 HLÖ	ROSKIKSIA OLI RIITTÄ-VÄSTI JOKA PUOLELLA  SITA-SUOMI OY PAHVI, KAATO-PAIKKA PAPERI, ENER-GIA, METALLI
TRAHTEERI ELINKEINO-TALO	SISÄ- JA UL-KOTILAA  TILAVA  PITKIÄ VALKO-LIINAINISIA  PÖYTIÄ	RAUHALLINEN YMPÄRIS-TÖ RUUHKAUTUI HELPOSTI ASIAKASKUN-TA: KESKI- IKÄISIÄ, PER-HEITÄ,  PARISKUNTIA ASIAKAS-PAIKKOJA 100	LÄHIRUOKA-MENU  LOUNAS  TARJONTA VAIHTELI  PÄIVITTÄIN	AIKUI-SET 22€ LAP-SET 11€	HLÖ 4	TOIMIVA
SOPPALAT X 2 KAHVIO, GRILLI	VALKO-PUNARAIDAL-LINEN TELTTA	SEKAVA, TARJOILU PISTEITÄ LIIKAA	SOPPAA (ATRIA)  PYTTIPANNUA	6 €  6 €	2-3 HLÖ/PISTE	SITA-SUOMI OY

BAARI	TALLATTU HEINÄLATTIA  PITKIÄ PÖYTIÄ VALKOISET MUOVITUOLIT	ASIAKAS- PAIKKOJA 150	MAKKARAA SÄMPYLÖITÄ, PULLAA KAHVIA, TEE- TÄ  LIMSOJA	2 €  4€, 2,50€  2 €  3 €		TÖLKEILLE OMA KERÄYS
KÖKKÄRA- VINTOLA LUKIO	TAVALLINEN KOULUN RUOKALA    SISÄÄN JA ULOSKÄYN-  NIT ERIKSEEN	EI RUUHKA  ASIAKKAAT KÖKKÄ- VÄKEÄ TAI MESSUJÄR- JESTÄJIÄ  ASIAKAS- PAIKKOJA 100	LOUNAS  AAMUPALA  VAIHTUVA RUOKALISTA	10 €	10 HLÖ	TOIMIVA
FAZER AI- MICA  AREENA	TAVALLISEN NÄKÖINEN  ISO RUOKALA   LINJASTO KUUMALLE  JA KYLMÄLLE  AURINKOTE- RASSI	SUJUVA LIN- JASTO VIILEÄÄ JA TILAVAA   ASIAKAS- PAIKKOJA 300	LOUNAS  KEITTO   KAHVILAPAL- VELUT A-OIKEUDET	12 €  8 €	3 HLÖ	TOIMIVA
<b>TANGO- MARKKINAT</b>  RAVINTOLA- PRIIMA  (ATRIA)	VALKOISESSA TELASSA SEKÄ  ATRIA KOK- KAAMO, ETTÄ  RAVINTOLA PITKIÄ 10 HLÖ PÖYTIÄ EI PÖYTIIN TARJOILUA KERTAKÄYT- TÖRUO- KAILUVÄLI- NEET	SUOJAISA, VALOISA RENTO RA- VINTOLA  HYVÄN TUU- LISIA  ASIAKKAITA  ASIAKAS- PAIKKOJA 700	ATRIAN TUOTTEITA;  BURGERIT LEIPÄAN- NOKSET  SALAATIT KANA/PIHVI ANNOS  KAHVIPISTE A-OIKEUDET	4,50 €  8-8,50€  8, 50 €  12-14 €	10HLÖ PROMOVÄ- KI VIISI ATRI- AN KOKKIA	SPISTEET   SITA-SUOMI OY PAHVI, KAATO- PAIKKA PAPERI, ENER- GIA, METALLI
FAZER AMI- CA AREENA  VIP- RAVINTOLA  AREENA	TAVALLISEN NÄKÖINEN ISO RUOKALA    VARAUKSET ETUKÄTEEN	HILJAISTA    VIP- ASIA- KASPAIKKOJA n. 500	LOUNAS  KEITTO   KAHVILAPAL- VELUT A-OIKEUDET	12 €  8 €	KOLME KEITTIÖSSÄ   KOLME KEITTIÖSSÄ KUUSI SALISSA	TOIMIVA
<b>VAUH- TIAJOT</b>						

SAVON MAFIA	VÄRIKKÄÄT KOJUT AINOAT RUOKAPISTEET  TARJONTA JA HINNAT HYVIN NÄKYVILLÄ	EI PÖYTIÄ TAI TUOLEJA	HAMPURILAISIA KEBAB-RANSKALAISIA KANAA MAKKARAPERUNOITA  LIMSAA	KAIKKI ANNOKSET N.8€	n. 10 HLÖ	SITA-SUOMI OY
-------------	--	-----------------------	--	----------------------	-----------	---------------

TAPAHTUMA/RAVINTOLA	YLEISILME	TUOTETARJONTA	HINTATASO	HENKIÖKUNTA	KIERRÄTYS
PRPVINSSIROCK  KROPSULA	UUSI FESTARITULO KOKOINEN MYYNITILÄ  MUUTAMA COCTAILPÖYTÄ	KROPSUA KAHDELLA TÄYTTEELLÄ  PÖYRÖÖ PULVERIA  KAHVIA, TEETÄ, LIMSAA TRIP-JUOMIA	KROPSU 6 €	3 HLÖ	
SAVON MAFIA	VIISI YHTENEVÄNNÄKÖISTÄ GRILLIKOJUA  TARJONTA JA HINNAT HYVIN NÄKYVILLÄ	HAMPURILAISIA KEBAB-RANSKALAISIA KANAA GRILLIRUOKAA	n. 8 €	15 HLÖ	
MUUT GRILLIPISTEET	PITKÄ KOJURIVISTO  KAUKAA JO NÄKI KOJUN NIMEN	HOT DOG KÄRRYJÄx2 PANINI-VAUNU THAI-RUOKAA  KAHVIO MYYMÄLÄ KULTA KATRIINA KAHVIPISTE		2-4HLÖ	
FARMARI  KROPSULA	KOJUTYYLINEN MUSTAVALKOISET KROPSULA-KYLIT YLÄ-JA ALAPUOLELLA  EI NIIN SELKEÄ KUIN PROVINSSISSA HINNASTO PIENELLÄ	KROPSUA KAHDELLA TÄYTTEELLÄ  PÖYRÖÖ PULVERIA  KAHVI, TEE TRIP-JUOMIA	KROPSU 6 €  6 €  2 € 1 €	3-4 HLÖ	SITA OY

KAHVIPAIKAT X 6  MAA- JA KOTITALOUS- NAISET	VALKOISIA TELT- TOJA YMPÄRI ALUETTA	MUNKKI,PULLA JUUSTO- KINKKUSÄMP. LIMSOJA, TRIPPIÄ  KAHVIA, TEETÄ	2,5 4  2	1 JA 3   3-6HLÖ	SITA OY
ATRIA- GRILLIT X 6  MAA- JA KOTITALOUS- NAISET	PUNAINEN ATRIAN TELTTA EI JÄTTÄ- NYT MITÄÄN ARVAILU- JEN  VARAAN	ATRIAN KÄRISTE  LIMSOJA TRIP-JUOMIA VESI	2 € (3€  3 € 1 € 2 €	2KPL)    3-6 HLÖ	SITA OY
POTTULA-GRILLI  MAA- JA KOTITALOUS- NAISET	PERUS KOJU PÖYDÄT OLISIVAT KAIVANNEET PEIT- TELYÄ  HINNASTO TUOT- TEET NÄKYVÄMMIN ESILLE	GRILLILAUTANEN  HEVOSENMAKKARA KYYTTÖMAKKARA  LIMSAA VETTÄ	10 € 2 € 2 €  3 € 2 €	4-5 HLÖ	SITA OY
POTTUPUOTI	MYYNTIKOJU MUISTUT- TI SAKSALAISTYY- LISTÄ TALOA  TARJONTA HYVIN ESILLÄ MIELENKIINTOINEN VETI PUOLEENSA	CHIPSEJÄ  DIPPIVAIHTOEHTOJA; SALSA, TSATSIKI, JUUSTO	6-4€  1 €	KAKSI MYY- JÄÄ	SITA OY
EKOVIJELIJÖI- DEN LUOMUPURILAI- SET	SININEN PIENI TELTTA  NIMI PUUKYLTILLÄ TELTTAN YLÄOSAS- SA  HINNASTO LIITU- TAU- LULLA ASIAKKAI- DEN PUOLELLE	LUOMUHAMPURILAI- NEN  LIHA/KASVIS  MAITO MEHU VESI	5 €  1 € 2,50 € 2,50 €	4 HLÖ	SITA OY
RANTALAN-LIHA	VALKOINEN ISO TELTTA	KINKKU-PERUNA- ANNOS LIHAPULLILLA	10 €		

	YRITTÄJÄN NIMI ISOLLA KYLTILLÄ TUOTTEET NÄHTÄ- VILLÄ	MUIKUT KASSLER PIHVI GRILLIMAKKARA LIMSA JA VESI	8 € 3 € 2 € 3 €	3 HLÖ	SITA OY
ILMAJOEN MAK- KARA MESTARIT	LEOPARDIKUVIOI- NEN TELTTA  PIENI  TARJONTA HUO- NOSTI ESILLÄ	PULLED PORK PIRJON PAKARIN  SIPULISÄMPYLÄLLÄ  LAMPAANMAKKARA JÄTKÄNKÄRISTE LIMSAA	5 €   2,50 € 2 € 3 €	2 HLÖ	SITA OY
KAANA LINES KAHVIO	JOKIKAHVIO, JOEN RANNAN TUNTUMASSA  KATOKSELLINEN RUOKAILUAULE	KAHVI/ TEE PULLA LEIPÄ VESIPULLO LIMSA GRANDI	2 € 2,50 € 4 € 2 € 3 € 1 €	2 HLÖ	
VALKOINEN PUU	KUIN PIENI KOPIO KAUHAJOEN KAH- VI- LASTA  ISON TELTAN NURKKAPAUKKA COCTAILPÖYTIÄ	LEIVOKSIA ERIKOISKAHVIA LIMSOJA SUOLAISET PIIRAKAT KAHVI/ LUOMU TEE MEHUT KERAMIIKKA-ASTIAT	3,50-4€ 2,50- 4,50€ 2,50 € 4 € 2 € 1 € 15- 22€ KPL	2-3 HLÖ	SITA OY
PAISTETUT MUIKUT	KAaksi ISOA MUU- RIKKAA  ITSE TEHDYT ISOT HINNASTO- KYLTIT  SIISTI	NORMAALI ANNOS ISO ANNOS MUIKUT+ RANSKA- LAISET 10€ TRIP VESI	7 € 10 € 10 € 1 € 1,50 €	2 HLÖ	SITA OY
SEKALAINEN GRILLIKOJU	ISOT KUVAT AN- NOK- SISTA HINTOINEEN  PITKÄ KOJU  JÄRVIMAISEMA	BRATWURSTIT PE- RUN. MAKKARAPERUNAT PAISTETUT MUIKUT MUIKUT JA PERUNAT SAVUAURALOHIAN- NOS PARILOITU LOHI- ANNOS	7 € 7 € 7 € 9 € 10 € 10 €	5 HLÖ	SITA OY

	KOJUN EDUSTALLA	KALA-LAUTANEN	12 €		
CHURRO SWEET & SALTY	MYYNTI REKANLA- VALTA  UUSI TUTTAVUUS  VARMASTI NÄKY- VILLÄ	CHURRO ANNOS CHURRO LUXUS LOHI+PERUNAT LIHAPYÖRYKÄT+ PERUNAT	3 € 5 € 5,90 € 5,90 €	3 HLÖ	SITA OY
PAULIG KAHVIVAUNU	TUMMA PAULIGIN LOGOLLA VARUS- TETTU  VAUNU  PALJON TARJON- TAA  KALLIS	KAHVI TEE  KAAKAO FREZZA, ED, VIRVO- KE TRIP KAKUN PALA PIIRAKKA LEIPÄ	2,30 € 2 € 2,50 € 3 € 2 € 4,50 € 3,50 € 4 €	2 HLÖ	SITA OY
TANGOMARKKNAT LÄTTYKAHVIO RUOKAPISTE	ISO KOJU  HINNASTO PUNAI- SIN A4 PAPERILAPUIN	MAKKARAPERUNAT LOHIANNOS HÄRKÄRUUKKU KEBABLAUTANEN HERKKULAUTANEN LÄTTYJÄ HILLOLLA MEHUA LIMSOJA	7 € 10 € 10 € 9 € 8 € 4 € 2 € 3 €	N.10 HLÖ	SITA OY
TANGOGRILLI	PUNAINEN ATRIAN GRILLI	MAKKARAA  HOT DOGEJA  LIMSAA	3 € 4 €	2-3 HLÖ	SITA OY
SEGAFREDO- PISTE	KULTA KATRIINAN TUMMA LINJA AU- TO KOJUN VIERESSÄ  KERÄSI IHMISIÄ	ILMAISTA KAHVIA  SUKLAAKAKKUA (VALKOINEN PUU)	KAKKUPALA 4,50€	2 HLÖ	
VAUHTIAJOT SAVON MAFIA	VÄRIKKÄÄT GRILLIKOJUT  AINOT RUOKAPIS- TEET	HAMPURILAISIA KEBAB- RANSKALAISIA KANAA MAKKARAPERUNOITA	n. 8€ KAIKKI AN- NOKSET	N. 15 HLÖ	SITA OY

	TARJONTA JA HINNAT HYVIN NÄKYVILLÄ	LIMSAA			
--	---------------------------------------	--------	--	--	--



## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Ihmisten ruokatietämys on vuosien varrella kasvanut, ja kiinnostus sitä kohtaan noussut. Tästä johtuen myös vaatimukset ovat korkeammalla, joten ruokailuihin on panostettava. Tapahtumanjärjestäjillä onkin aina työtä kehitellä ihmisiä kiinnostava ruokalista, ja vielä sopivaan hintaan. Ja kaikki se pitäisi toteuttaa poikkeuksellisissa festariolosuhteissa. Kaikissa tapahtumissa ei tietenkään voida mennä samalla konseptilla, vaan suunnitelmia on tehtävä asiakaslähtöisesti. Vanhemmalla asiakaskunnalla on enemmän resursseja ja mielenkiintoa sijoittaa syömisiinsä, kuin nuoremmalla ikäpolvella. Vanhempi asiakaskunta myös vaatii eritasoista ruokaa. Nuorison suosima grilliruoka ei heille riitä. Nykyihmisten ostopäätöksiin vaikuttavat myös heidän arvomaailmansa, joka on vuosien myötä korostunut. Ostopäätöksillä halutaan tuoda esille omaa elämäntyyliään ja identiteettiään. Erityisesti tuotteiden alkuperästä ollaan kiinnostuneita, jolloin käytettävien raaka-aineiden kotimaisuus, luomu ja lähiruoka nostavat suosiotaan. Myös eläinten hyvinvointi ja tuotantotavat herättävät kiinnostusta.

Nykyään festareilla juodaan shampanjaa ja nautitaan kolmen ruokalajin menuja. Tapahtumaruokailussa on huomioitu lähivuosina ruoan merkitys uudella tavalla, jollaista ei olisi voinut kuvitella, vaikkapa kymmenen vuotta sitten. Tänä päivänä tapahtumaruokailuissa korostetaan luomua, lähiruokaa, paikallisuutta ja jossain tapauksissa myös perinteisyys on esillä. Panostus ja kehitys näkyvät ruokapalveluissa, uusia tuulia puhalttaa jatkuvasti. Se nähtiin myös Seinäjoen tapahtumissa, sillä uudenlainen konsepti Kropsula tarjoi paikallista pannukakkua niin Provinsissa kuin Farmarissakin.

Tapahtumien ruokapalveluihin kuuluu monenlaisia lainsäädäntöön ja yleisiin sää-döksiin liittyviä asioita, jotka tulee toiminnassa huomioida. Yleisesti ottaen, festari-alueella vain lämmitetään tarjottava tuote, koska raakaa lihaa ei saa alueelle viedä, mikäli siihen ei ole erikseen elintarvikeviranomaisen antanut hyväksyntää. Mutta kuitenkin eri asiakassegmenttien huomioiminen ja sujuvan palvelun tuottaminen, mahdollistavat osaltaan toimivan ja monipuolisen kokonaisuuden. Ruokapalvelujen tuottajilla täytyy olla festareilla hyvät puitteet, jotta he saavat tarjottua

ihmisille hyvää ruokapalvelua. Toimijoilla tulee olla myös ammattitaitoa ja näkemystä, siitä miten sujuva tapahtumaruokailu järjestetään. Yhteistyökumppanit, hyvät toimijat, uudet konseptit, ympäristö ja alueen yleinen viihtyvyys saattavat mahdollistaa sen, että tulevaisuudessa ruoka saa tapahtumissa tärkeämmän roolin.

Tapahtumat ovat maakunnassa keskittyneet pääsääntöisesti kesään. Ympäri vuoden ohjelmisto olisi varmasti tervetullutta. Tapahtumilla on myös monenlaista ammattitaitoa jota voitaisiin hyödyntää yhteisesti, ja säästää järjestelykustannuksissa. Esimerkiksi markkinoinnissa voitaisiin tehdä jonkinlaista yhteistyötä, koska siihen varsinkin tulisi panostaa. Näkemykseni mukaan kaikenkokoiset festivaalit kyllä menestyvät ja niillä on kysyntää, jos niillä vain on jotain omalaatuista ja uutta tarjottavaa asiakkailleen. Palvelun tulee siis ylittää asiakkaan odotukset.

Markkinoinnissa tulisi enemmän antaa sijaa myös tapahtumissa oleville ruokapalveluille, ja tuoda siten esiin etelä-pohjalaista ruokakulttuuria. Kuluneena vuotena tapahtumien ruokapalveluista oli kyllä mainintaa, ja pintapuolinen esittely. Esimerkiksi Provinssirockin ”tiedotelehdessä” oli kuvailtu Juurella- ja Paviljonki ravintola muutamalla lauseella. Myös Kropsulasta oli lyhyt kuvaus, sekä kaikista juomaravintoloista. Mielestäni pienemmilläkin yrittäjillä on oikeus saada mainintaa, edes vain nimensä verran. Kuvien osuus on myös tärkeä, sillä mikä herättäisikään mielenkiintoa ruokapalveluja kohtaan enemmän, kuin kuvat tarjolla olevista ruoista. Mutta kunnollisilla kuvauksillakin pääsee jo pitkälle, lukija voi sitten muodostaa itse omat mielikuvansa.

Lisämarkkinointia tapahtumissa voisi tuoda myös eteläpohjalaiset käsityötuotteet. Tapahtumissa voisi olla vaikkapa pieni koju, jossa myytäisiin ruutukuviolla, tai sanonnoilla painettuja pieniä lompakoita tai kangaskasseja. Ulkopaikkakuntalaiset ostaisivat varmasti mielellään jotain tuliaisia Pohjanmaalta. Kylkiäisiksi voisi saada vaikkapa Ilmajoen nimituvan karkkeja.

Tapahtumaruokailuun ja asiakaskokemuksiin voi näkemäni ja lukemani perusteella vaikuttaa alusta asti hyvällä markkinoinnilla, asiakkaan kuuntelemisesta ja parhaasta mahdollisesta palvelusta ja panostetusta tuotteesta. Myös puitteet ja ympä-

ristö on oltava kunnossa. Asiakkaat arvostavat hyvää palvelua, olivat olosuhteet sitten mitkä hyvänsä. Tapahtumaruokailua järjestäessä tulee olla paljon tietoa isojen väkimäärien ruokkimisesta, sekä ihmismassojen liikkumisesta. Kaiken täytyy toimia sujuvasti. Nopeus on valttia; hyvää laatua unohtamatta.

Ruokatarjonta oli 2013 kesällä hyvin monipuolinen. Provinssikin on aikojen saatossa monipuolistanut tarjontaansa brunssilla ja shampanjalla, sekä tuomalla kropsua koko kansan huulille. Farmarinkin tarjonnasta jokainen löysi varmasti jotain itselleen sopivaa, sillä tuotteita löytyi gelatojäätelöstä chipseihin, sekä erilaisista makkaroista kasslerpihveihin. Vähiten ruokapalvelut ovat muuttuneet Vauhtiajoilla ja Tangomarkkinoilla. Tapahtumaruokailua järjestäviä yrityksiä löytyi tapahtumien kautta paljon. Esimerkiksi pitkät perinteet omaava Savon Mafia Hämeenlinnasta, Juurella- ravintola Seinäjoelta, sekä Valkoinen Puu Kauhajoelta sekä monien maakuntalaisten elintarvikeyritysten ruokakojut, Ruokaprovinssikadulla Farmarissa. Myös itselleni vieraammat Pottupuoti chipseineen, Dead Burrito tortilloineen, espanjalaistyylliset Churrot olivat mielenkiintoisia tuttavuuksia.

Tekemieni havaintojen, ja asiakastyytyväisyyskyselyjen perusteella, ihmiset odottavat eniten perinteisiä ruokia. Vaikkakin, ihmiset olivat hyvin tyytyväisiä saamiinsa ruokapalveluihin, mutta jatkuvan ruokatuntemuksen kasvussa täytyy tapahtumiin kehitellä aina jotain uutta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tapahtumissa täytyisi tarjoilla pieniä, hienoja gourmet annoksia. Pohjanmaalaiset eivät välttämättä osaisi arvostaa tätä pientä hienoa piperrystä, vaan halutaan kunnolla kunnon ruokaa, jolla jaksaa! Yhdestä näkökulmasta katsottuna, tämänkaltaista ruokaa tarjoavat erilaiset perinneruoat, jotka olisivat varmasti vanhemman tapahtumakävijäryhmän mieleen, mutta miksei nuortenkin. Kaikki eivät välttämättä omista vanhempia tai isovanhempia, jotka pitäisivät huolen siitä, että perheessä tutustuttaisiin alueen ruokakulttuuriin. Eikö se sitten olisikin maakunnan tehtävä pitää siitä huoli! Perinneruokia vieroksutaan myös niiden outojen ja jokseenkin luotansa työntävien nimien vuoksi. Klimppisoppa tai kaljavelli ei ehkä heti herätä nälkää. Mutta emmehän halua että perinneruoat katoavat ruokakulttuuristamme.

Mielestäni kesällä 2013 eteläpohjalaisuus oli hyvin esillä. Toki aina on parannetta-

vaa, mutta esimerkiksi Farmarissa Ruokaprovinsseudulla vain ja ainoastaan eteläpohjalaiset saivat tuoda tarjontaansa esille. Tarjolla oli mm eteläpohjalaista perinneherkkua kropsua, jota sai myös Provinssista. Mielestäni Kropsulan kropsut saisivat kuulua Seinäjoen kesätapahtumiin jatkossakin, ja vetää perässään myös muita perinneruokia. Kuitenkin itse tapahtuma, ja se kenelle se on suunnattu, rajoittaa ruokapalvelutarjontaa. Mutta varsinkin Tangomarkkinoilla perinteikkäämpi ruoka saattaisi tehdä kauppansa, sillä asiakaskunta koostuu vanhemmasta ikäluokasta, jotka ottaisivat varmasti perinneruoat avosylin vastaan. Vauhtiajojen asiakaskunta koostuu taas pääosin nuorista, jotka arvostavat enemmän grilliruokaa ja kattavaa juomatarjoilua. Täällä ei menestyisi liian hienot tai perinteikkäät ruoat. Erilaiset tortillat, wrapit, ja burritot saattaisivat mennä kaupan ja tuoda vaihtelua grilliruokaa.

Leipominen on myös nostanut suosiotaan blogien ja erilaisten tv-ohjelmien kautta, joten olisi hienoa jos jossakin tapahtumassa olisi edes pienikin kakkukahvila. Erilaiset makeat ja suolaiset leivonnaiset saisivat varmasti suosiota. Valkoisen Puun kahvila Farmarissa, näytti jo hyvää esimerkkiä!

Tutkimusta voisi jatkaa suorittamalla tapahtumakohtaisesti enemmän asiakastyytyväisyyskyselyä, sekä tutkimalla paremmin sitä, miten ruokapalvelutoimintaa voisi kehittää taloudellisesti kannattavammaksi.

## 6 POHDINTA

Olisi ollut mielenkiintoista saada jokaisesta tapahtumasta varsinaiset asiakastyytyväisyyskyselyt, mutta itselläni ei olisi siihen aika riittänyt. Niiden pohjalta työhön olisi saanut lisää näkökulmia, joten siinä olisi työnaihetta seuraaville vuosille. Asiakastyytyväisyyden mittaamisesta tapahtumanjärjestäjät saavat valtavasti irti, koska asiakkaat ovat heille tärkein asia. Farmarissa, restonomit olivat tehneet hyvää työtä asiakastyytyväisyyskyselyn muodossa, ja tuloksista nousi esiin mielenkiintoisia kohtia, kuten se, että erityisesti miehet kaipaavat perinneruokia. Tutkimuksen perusteella Farmarin järjestäjät pystyvät halutessaan tekemään tarvittavia parannuksia, ja huomioimaan esimerkiksi naisten toivomukset terveellisemmästä ruoasta, kuten keitoista ja salaateista.

Haastavinta työssä oli saada vastauksia ruokapalvelujen tuottajilta. Ja vaikka vastauksia lopulta tulikin, ne olivat pääasiassa hyvin pintapuolisia. Olisi pitänyt käyttää jotain toista haastattelumenetelmää, niin vastauksia olisi irronnut varmasti paremmin. Kuten jo aiemmin mainitsinkin, työ jäi hyvin pintapuoliseksi, mutta antaa silti kuvaa siitä, minkälainen eteläpohjalainen ruokakulttuuri on, ja miten se tänä päivänä otetaan huomioon Seinäjoella järjestettävissä tapahtumissa. Haastavaa oli myös joltain osin keksiä tapahtumakohtaisia kehitysehdotuksia, sillä pyrin aina ottamaan huomioon erilaiset näkökulmat, näkemään asiat kokonaisuutena ja ymmärtämään tehtyjä päätöksiä.

Jos olisin itse saanut vaikuttaa ruokapisteisiin, niin joidenkin paikkojen ulosanti olisi kaivannut vähän viilausta. Ensinnäkin paikka tulisi pitää siistinä, eikä asiakkaan tulisi nähdä kaikkea ylimääräistä. Pöydille tulisi siis laittaa pitkät liinat tai kiertää ne ulkopuolelta jollain kankaalla tai paperilla, jolloin sen taakse saa piilotettua mahdolliset piilotettavat asiat. Siisteys antaa sinällään jo mielikuvan hyvästä tuotteesta. Pientä luksusta festariruokailuun saisi myös omaperäisimmillä tarjoiluastioilla, mutta myös ruokailuun mahdollistavista pöydistä. Hinnastot tulisi olla myös selkeästi esillä, ja niistä tulisi käydä ilmi kaikki mitä sillä rahalla kuhunkin annokseen saa. Allergikot tulisi myös huomioida. Roskapisteet ja ns. yleinen siisteys alueilla oli hyvin hoidettu.

## LÄHTEET

Antikainen, J., & Sutinen, M. 1996. Tapahtumajärjestäjän työkirja. Kuopio: Instead Oy.

Asunmaa, A. Maa- ja Kotitalousnaisten toiminnanjohtaja. Sähköpostikysely. 4.12.2013.

Etelä-Pohjanmaan Liitto. Etelä-Pohjanmaa. [Verkkosivu]. Seinäjoki. [Viitattu 12.11.2013]. Saatavana: [http://www.epliitto.fi/?page=maakunnan\\_esittely](http://www.epliitto.fi/?page=maakunnan_esittely)

Elintarvikehygieniä 2013. [Verkkosivu]. Helsinki: Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. [Viitattu 1.2.2014]. Saatavana: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/elintarvikehygieniä/>

Farmari Katalook 2013.

Hakala, S., Katajamäki, S., Paavola, E., Sillanpää, H., & Vilen, A. 2013. Farmari-näyttelyn tapahtumaruokailun kehittäminen. Tutkimusprosessi Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Heikkilä, R. 1980. Etelä-Pohjalaista Ruokaperinnettä. Etelä- Pohjanmaan Maa- ja Kotitalousnaisten piirikeskus. Kurikka- Paino.

Helander, J. 2012. Ruoka osana tapahtumaelämystä. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Julkaisematon.

Hiltunen, S. 2005. Suurtapahtumien ruokapalvelu. Vantaa: Mestarioffset Oy.

Jokilehto, S. Fazer Food Service. Sähköpostikysely. 12.12.2013.

Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa 2010. Joukkoruokailun seuranta- ja kehittämistyöryhmän toimenpidesuositus. [Verkkosivu]. Yliopistopaino Helsinki: Sosi- aali- ja terveysministeriö. [Viitattu 12.2.2014]. Saatavana: [http://www.stm.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=1082856&name=DLFE-11471.pdf](http://www.stm.fi/c/document_library/get_file?folderId=1082856&name=DLFE-11471.pdf)

Juurakko, A., Kauhanen, J., & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Dark Oy. Vantaa: WSOY.

Kainulainen, K. 2004. Elämyksistä elinkeinoja. Helsingin yliopisto. Maaseuden tutkimus – ja kehittämiskoulutuskeskus. Seinäjoki.

Kainulainen, K. 1999. Kulttuuripoliittiset arvostukset Etelä-Pohjanmaalla: Näköaloja ohjelmatyöhön. Seinäjoki: Kauhavan sanomalehti Oy.

Kari, K. 2011. Ruokahankintojen aluetaloudellisten vaikutusten selvittäminen. Seinäjoen Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö. Pk- yrittäjyyden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Julkaisematon.

Katajavirta, M., Rumpunen, S., & Tuuri, H. 2013. Etelä-Pohjanmaan kesätapahtumat 2012. Kävijäprofiili, kävijätyytyväisyys ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. Seinäjoen Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Julkaisematon.

Karvinen, L. & Jaksola, J. Savon Mafia Oy. Sähköpostikysely. 23.8.2013.

Keski- Nikkola, M & Unkeri, J. Ravintola Juurella. Sähköpostikysely. 2.9.2013.

Kohtakangas, J. 2001. Etelä-Pohjanmaan kulttuuriteollisuuden kehittämismahdollisuudet: Näkökulmia kulttuuriyrittäjyyteen. Etelä- Pohjanmaan liitto. Vaasan yliopistopaino.

Koskela, M., Kuusisto, T., & Loukasmäki, T. 2010. Asiakastyytyväisyys Kauhajoen Ruokamessuilla. Kauhajoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Tutkimusraportti.

Lampi, R., Laurila, A & Pekkala, M-L. 2009. Ruokapalvelut työnä. Helsinki: WSOY, Oppimateriaalit Oy.

Martat 2014. [Verkojulkaisu]. [Viitattu 12.2.2014]. Saatavana: <http://www.martat.fi/ruoka/ekokokki/lahiruoka/>

Mertanen, E. 2012. Ruokapalveluja kehittämässä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Mäentaka, R. Priima-Ravintola. Sähköpostikysely. 26.11.2013.

Nikula, J., & Riihimäki, J. 2008. Asiakastyytyväisyys henkilöstöravintolassa- Case: Atria Suomi Oy. Opinnäytetyö. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Julkaisematon.

Provinssirock tiedote. 2013. Seinäjoki. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu:12.1.2014]. Saatavana: [http://www.provinssirock.fi/images/Provinssirock2014\\_2\\_17102013.pdf](http://www.provinssirock.fi/images/Provinssirock2014_2_17102013.pdf)

Ruoka- Suomi 2014. [Verkkosivu]. Turun Yliopisto. [Viitattu 12.2.2014]. Saatavana: [http://www.ruokasuomi.fi/oppaat/oppaat\\_julkisten\\_ruokapalvelujen\\_laatukriteerit\\_2010.pdf](http://www.ruokasuomi.fi/oppaat/oppaat_julkisten_ruokapalvelujen_laatukriteerit_2010.pdf)

Ruokatieto Yhdistys RY. 2014. Ruokatieto. [Verkkosivu]. Helsinki. [Viitattu 9.1.2014]. Saatavana: <http://www.ruokatieto.fi/search/node/etel%C3%A4-pohjanmaa>

Selander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Siljamäki, A. 2013. Farmari ProAgria Etelä- Pohjanmaan Itua- jäsenasiakaslehden erikoisnumero. 3/ 2013, 3-48.

Tangomarkkinoiden ohjelma- ja tapahtumatiedote 2013.

Ympäristökeskus. 2013. Helsingin Kaupunki. [Verkkosivu]. Helsinki. [Viitattu 28.11.2013]. Saatavana: <http://www.hel.fi/hki/ymk/fi/Elintarvikkeet/ulkomyynti>

Välisalo, T. Elinkeinotalo. Sähköpostikysely. 10.10.2013.



## **LIITTEET**

Liite 1. Havainnointilomake

**LIITE 1. Havainnointilomake**

Tapahtumaruokailun havainnointilomake

Yrityksen nimi:

---

Konsepti/ toiminta-ajatus, mitä halutaan tarjota:

---

---

Sijainti alueella:

---

Yleiskuva:

---

Asiakaskunta:

Nuoria +- 20 ☐ Aikuisia +-30 ☐ Eläkeikäisiä ☐

Tuotteet (laatu, hinnat, tuoteasettelu)

---

---

Myyntikohtaiset tavoitteet:

---

---

Esivalmistelut

---

---

Ruokailumahdollisuus (monelle?)

---

---

Kierrätys, roskikset

---

---

Hygienenisyys

---

---

Maksutapa

---

---

Ruokakupongit

---

---

Voiko ruokaa ottaa mukaan

---

---

Henkilökunta, Asiakaspalvelu:

---

---

Asiakkaiden mielipiteitä:

---

---

Puutteet ja parannukset:

---

---

Miten Etelä-Pohjalaisuus näkyy ja maistuu

---

---

Plussat:

